

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG PRAKTIK JUAL BELI
FOLLOWER, LIKES, DAN VIEWER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat guna
Memperoleh Gelar Sarjana (S.H) dalam Ilmu Hukum**

Oleh

Nur Anisa

NPM. 1421030054

Jurusan: Muamalah (Hukum Ekonomi Syariah)

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS AGAMA ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

1439 H / 2018 M

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TENTANG PRAKTIK JUAL BELI
FOLLOWER, LIKES, DAN VIEWER DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat guna
Memperoleh Gelar Sarjana (S.H) dalam Ilmu Hukum**

Oleh

Nur Anisa

NPM. 1421030054

Jurusan: Muamalah (Hukum Ekonomi Syariah)

Pembimbing I : Drs. H. Chaidir Nasution, M.H.

Pembimbing II : DR. H. Yusuf Baihaqi, M.A.

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS AGAMA ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1439 H / 2018 M**

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Huruf Arab dan Latin¹

ا	A	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	‘
ث	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	<u>H</u>	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	^
ص	Sh	ي	Y
ض	Dh		

B. Huruf Panjang:

â = a panjang	î = i panjang	û = u panjang
---------------	---------------	---------------

¹*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa*, (Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung: 2016) h. 20.

ABSTRAK

Transaksi jual beli merupakan kegiatan manusia yang terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Dengan adanya perkembangan alat dan perangkat komunikasi dan informasi yang sedemikian maju, hal ini membuat aktivitas ekonomi semakin variatif dan semakin intens dilakukan. Salah satu bentuk transaksi yang mengalami perkembangan adalah transaksi jual beli *follower*, *likes* dan *viewer*. Pada saat ini banyak dijumpai generasi *milenial* yang melakukan transaksi jual beli baik itu *follower*, *likes* maupun *viewer* di media sosial instagram. Hal tersebut dilakukan dengan berbagai alasan yaitu sebagai sarana promosi bisnis, untuk menaikkan *personal branding* hingga mempopulerkan diri sendiri. Transaksi yang dilakukan cukup sederhana yaitu dengan memesan baik itu *follower*, *likes* maupun *viewer* dengan jumlah yang diinginkannya kepada penjual, lalu penjual akan memberikan pilihan pembayaran. Setelah melakukan pembayaran, penjual akan memproses apa yang dipesan oleh pembeli tersebut baik itu *follower*, *likes* maupun *viewer*.

Ada berbagai cara yang dilakukan oleh penjual dalam memperoleh *follower*, *likes*, dan *viewer*. Salah satunya dengan menggunakan aplikasi *hublaagram*. Untuk mendapatkan aplikasi penambah *follower* tersebut terlebih dahulu membeli kepada agen-agen penjual *follower*. *Follower* yang diperoleh dari aplikasi tersebut yaitu berasal dari akun orang yang telah berlangganan dengan aplikasi *hublaagram* dan juga akun *bot* yang di masukkan kedalam aplikasi.

Rumusan masalah yang dibahas pada skripsi ini adalah bagaimana praktik jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* di media sosial instagram dan bagaimana jika dilihat dari sisi hukum Islam. Karena dalam jual beli ini sesuatu yang diperjualbelikan bukan milik penjual serta mengandung unsur penipuan, dimana *follower*, *likes* maupun *viewer* tersebut bukan merupakan *follower* sejati atau benar-benar ingin menjadi *follower*-nya, sedangkan *follower* tersebut dimanfaatkan untuk kepentingan pembeli, baik itu untuk keperluan bisnis (promosi) maupun sekedar untuk mempopulerkan diri. Hal tersebut merupakan model perdagangan baru yang perlu ditinjau dari segi hukum Islamnya. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui praktik jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* dan untuk mengetahui tinjauan hukum Islam terhadap praktik jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* di media sosial instagram.

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan penelitian pustaka (*library research*) sebagai pendukung. Sifat penelitian ini adalah deskriptif analisis, dalam penelitian ini dideskripsikan dan menganalisa untuk menarik kesimpulan dan status hukum tentang jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer*.

Jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* ini tidaklah sah dan merupakan jual beli yang haram untuk dilakukan, karena tidak memenuhi salah satu dari beberapa syarat dalam jual beli yaitu tentang objek jual beli harus merupakan kepemilikan dari penjual, maka jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* ini adalah termasuk jual beli yang bathil. Begitu juga bila dilihat dari segi prinsip muamalah yaitu unsur mendatangkan manfaat serta menghindarkan mudharat, jual beli ini tetap ada manfaatnya namun bersifat fiktif, bahkan bisa mendatangkan mudharat karena ada unsur penipuan yang dapat merugikan pembeli, konsumen dan masyarakat umum.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarame, Bandar Lampung, Telepon (0721) 703521, 780421 fax. (0721) 784222

PERSETUJUAN

Tim Pembimbing telah membimbing dan mengoreksi skripsi

Saudara :

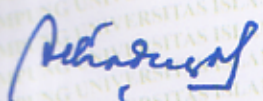
Nama Mahasiswa : Nur Anisa
Npm : 1421030054
Program Studi : Mu'amalah
Fakultas : Syari'ah
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli Follower, Likes dan Viewer di Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Akun Instagram @SosmedLampung)

MENYETUJUI

Untuk dimunagasyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munagasyah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung.

Pembimbing I

Pembimbing II


Drs. H. Chaidir Nasution, M.H
NIP. 195802011986031002


DR. H. Yusuf Baihaqi, M.A
NIP. 197403072000121002

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Mu'amalah**


H. A. Khumedi Ja'far, S. Ag., M.H.
NIP. 197208262003121002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Telp (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul : **Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli *Follower*, *Likes* dan *Viewer* di Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Akun Instagram @SosmedLampung)** disusun oleh **Nur Anisa NPM. 1421030054**, Program Studi Mu'amalah, telah diujikan dalam sidang munaqasyah di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Kamis/ 15 Maret 2018**.

TIM MUNAQASYAH

Ketua : Khoiruddin, M.S.I.
Sekretaris : Ahmad Sukandi, S.H.I., M.H.I
Penguji I : Hj. Nurnazli, S.H., S.Ag., M. Ag.
Penguji II : Drs. H. Chaidir Nasution, M.H.

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Alamshyah, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197009011997031002

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa’ : 29)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h. 83.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah swt yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya sehingga dapat terselesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya, dan semoga kita mendapat syafaat beliau di hari kiamat kelak.

Adapun judul skripsi ini “Tinjauan Hukum Islam tentang Jual Beli *Follower, Likes, dan Viewer* di Media Sosial Instagram (Studi kasus pada akun instagram @SosmedLampung)”. Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum dalam Ilmu Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung. Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal tersebut semata-mata karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu mohon kiranya kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pembaca.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang terlibat atas penulisan skripsi ini. Secara khusus kami ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Alamsyah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan-kesulitan mahasiswa.

2. H. A. Khumedi Ja'far, S.Ag., M.H. selaku Ketua Jurusan Mu'amalah dan Khoirudin, M.S.I. selaku Sekretaris Jurusan Mu'amalah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa membantu memberikan bimbingan serta arahan terhadap kesulitan-kesulitan mahasiswanya.
3. Drs. H. Chaidir Nasution, M.H. selaku dosen pembimbing 1 dan DR. H. Yusuf Baihaqi, M.A. selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan masukan, saran, dan bimbingannya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
4. Kepala beserta Staf Perpustakaan Pusat dan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan kemudahan dalam menyediakan referensi yang dibutuhkan.
5. Bapak/ibu Dosen Fakultas Syariah yang telah mendidik dan membimbing dan juga seluruh Staf Kasubbag yang telah banyak membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan Muamalah Angkatan 2014, khususnya sahabatku yang ada di Muamalah F, yang telah membantu dan memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku Aulia Gustin, Zubaidah, Arin, Hasiyah, Venti, Ayu Anastasya, Intan, Chasilda, Citra Biovika, Eva, dan Kholifah terima kasih atas semangat dan doa yang kalian berikan.
8. Sahabat-sahabat KSPMS UIN Raden Intan Lampung dan teman-teman KKN kelompok 262 angkatan 2014, terimakasih atas dukungannya.

9. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu yang telah berjasa membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan yang ikhlas dan amal baik dari semua pihak mendapat pahala dan balasan yang melimpah dari Allah swt.

Akhir kata, kami memohon taufik dan hidayah-Nya kepada Allah swt. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi diri sendiri khususnya dan bagi kita semua pada umumnya. Amin

Bandar Lampung, 17 Januari 2018

Penulis

Nur Anisa

NPM. 1421030054

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ
تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa’ : 29)¹

¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h. 83.

PERSEMBAHAN

Skripsi sederhana ini dipersembahkan dan saya dedikasikan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur, tanda cinta dan kasih sayang, serta hormat yang tak terhingga kepada:

1. Untuk Ayahanda Abdul Mukhid dan Ibunda Purwaningsih, atas segala jasa, pengorbanan, doa, motivasi, dukungan moril dan materiil serta curahan kasih sayang yang tak terhingga, sehingga dengan upayaku bisa membuat kalian bangga.
2. Untuk adikku Affan Alfiando, untuk kakek dan nenekku tersayang Ziyadah, Supadi, Muslih (Alm) dan Maftukhah (Alm) atas segala doa, kasih sayang, dukungan dan motivasi atas keberhasilanku.
3. Almamaterku tercinta Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap Nur Anisa, dilahirkan pada tanggal 13 April 1996 di Bumi Nabung Utara kecamatan Bumi kabupaten Lampung Tengah. Putri pertama dari dua bersaudara. Adapun pendidikan yang telah dicapai adalah sebagai berikut.

1. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Bumi Nabung Utara pada tahun 2002 dan selesai pada tahun 2008.
2. Madrasah Tsanawiyah (MTs) 05 Ma'arif Bumi Nabung pada tahun 2008 dan selesai pada tahun 2011.
3. Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Metro Lampung Timur pada tahun 2011 dan selesai pada tahun 2014.
4. Melanjutkan pendidikan kejenjang pendidikan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, dan mengambil Program Studi Mu'amalah (Hukum Ekonomi Syariah) pada Fakultas Syariah.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah swt yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya sehingga dapat terselesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya, dan semoga kita mendapat syafaat beliau di hari kiamat kelak.

Adapun judul skripsi ini “Tinjauan Hukum Islam tentang Jual Beli *Follower, Likes, dan Viewer* di Media Sosial Instagram (Studi kasus pada akun instagram @SosmedLampung)”. Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum dalam Ilmu Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung. Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal tersebut semata-mata karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu mohon kiranya kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pembaca.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang terlibat atas penulisan skripsi ini. Secara khusus kami ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Alamsyah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan-kesulitan mahasiswa.

2. H. A. Khumedi Ja'far, S.Ag., M.H. selaku Ketua Jurusan Mu'amalah dan Khoirudin, M.S.I. selaku Sekretaris Jurusan Mu'amalah Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa membantu memberikan bimbingan serta arahan terhadap kesulitan-kesulitan mahasiswanya.
3. Drs. H. Chaidir Nasution, M.H. selaku dosen pembimbing 1 dan DR. H. Yusuf Baihaqi, M.A. selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan masukan, saran, dan bimbingannya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
4. Kepala beserta Staf Perpustakaan Pusat dan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan kemudahan dalam menyediakan referensi yang dibutuhkan.
5. Bapak/ibu Dosen Fakultas Syariah yang telah mendidik dan membimbing dan juga seluruh Staf Kasubbag yang telah banyak membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan Muamalah Angkatan 2014, khususnya sahabatku yang ada di Muamalah F, yang telah membantu dan memotivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku Aulia Gustin, Zubaidah, Arin, Hasiyah, Venti, Ayu Anastasya, Intan, Chasilda, Citra Biovika, Eva, dan Kholifah terima kasih atas semangat dan doa yang kalian berikan.
8. Sahabat-sahabat KSPMS UIN Raden Intan Lampung dan teman-teman KKN kelompok 262 angkatan 2014, terimakasih atas dukungannya.

9. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu-persatu yang telah berjasa membantu menyelesaikan skripsi ini.

Semoga bantuan yang ikhlas dan amal baik dari semua pihak mendapat pahala dan balasan yang melimpah dari Allah swt.

Akhir kata, kami memohon taufik dan hidayah-Nya kepada Allah swt. Dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi diri sendiri khususnya dan bagi kita semua pada umumnya. Amin

Bandar Lampung, 17 Januari 2018

Penulis

Nur Anisa

NPM. 1421030054

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Huruf Arab dan Latin²

ا	A	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	‘
ث	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	<u>H</u>	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	ˆ
ص	Sh	ي	Y
ض	Dh		

B. Huruf Panjang:

â = a panjang	î = i panjang	û = u panjang
---------------	---------------	---------------

²*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa*, (Institut Agama Islam Negeri Raden Intan Lampung: 2016) h. 20.

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER LUAR	i
COVER DALAM.....	ii
ABSTRAK	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI.....	xiii

BAB I :PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	3
C. Latar Belakang Masalah	4
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
F. Metode Penelitian.....	7

BAB II :MUAMALAH DALAM ISLAM

A. Prinsip Muamalah	13
B. Pengertian dan Dasar Hukum Jual Beli	20
1. Dasar Hukum Jual Beli	22
2. Rukun dan Syarat Jual Beli	24
3. Macam-macam Jual Beli	27
4. Hukum dan Sifat Jual Beli	28
5. Hukum (ketetapan) dalam Jual Beli.....	30
6. Jual Beli yang Dilarang dalam Islam	32
7. Manfaat dan Hikmah Jual Beli.....	40
C. Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli.....	41

BAB III : JUAL BELI *FOLLOWER, LIKES* DAN *VIEWER*

A. Gambaran Umum tentang Media Sosial Instagram.....	48
B. Jual Beli Di dunia Maya (<i>E-Commerce</i>)	52
C. Gambaran Umum Tentang Jual Beli <i>Follower, Likes</i> , Dan <i>Viewer</i>	55
D. Praktik Jual Beli <i>Follower, Likes</i> Dan <i>Viewer</i>	60

BAB IV :ANALISA DATA

A. Model Jual Beli <i>Follower, Likes</i> , Dan <i>Viewer</i> di Media Sosial Instagram	65
B. Hukum Islam tentang Jual Beli <i>Follower, Likes</i> , Dan <i>Viewer</i> di Media Sosial Instagram	68

BAB V : PENUTUP

A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Menghindari kesalahpahaman pembaca dalam memahami judul skripsi ini, maka terlebih dahulu akan dijelaskan istilah-istilah penting yang terdapat dalam judul “Tinjauan Hukum Islam Tentang Jual Beli *Follower, Likes* dan *Viewer* di Media Sosial Instagram”.

Ada beberapa istilah yang dapat didefinisikan sebagai berikut:

1. Tinjauan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “ hasil meninjau, pandangan, pendapat yakni (sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya).”¹
2. Hukum Islam adalah peraturan dan ketentuan yang berkenaan dengan kehidupan berdasarkan Al-Qur’an dan hadist, hukum syara’.²
3. Jual Beli yaitu berasal dari kata *al-bai’* adalah menjual, mengganti, dan menukar (sesuatu dengan sesuatu yang lain). Kata *al-bai’* dalam bahasa arab terkadang digunakan untuk pengertian lawannya, yakni kata *asy-syirâ’* (beli). Dengan demikian, maka kata *al-bai’* berarti “jual”, tetapi sekaligus juga berarti “beli”.³

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2011), h. 1470.

²<http://kbbi.web.id/hukum>. Diakses pada tanggal 18 maret 2018.

³Abdul Azis Dahlan, et.al, *Ensiklopedi Hukum Islam 3 IMS-MAJ cet. 1*, (Jakarta: Ichtiar Baru Van Hoeve, 1996), h. 827.

4. *Follower* berasal dari bahasa inggris yang berarti pengikut, penyokong⁴, *followeryang* dimaksud dalam penelitian ini yaitu istilah untuk seseorang yang mengikuti suatu akun di dalam media sosial instagram.
5. *Likes* berasal dari bahasa inggris yang berarti kesukaan,⁵*Likes* yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu istilah yang digunakan untuk seseorang yang menyukai suatu postingan di dalam media sosial instagram.
6. *Viewer* berasal dari bahasa inggris yang berarti penonton,⁶ *Viewer* yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu istilah yang digunakan untuk seseorang yang telah menonton suatu video atau sebuah tayangan di dalam media sosial instagram.
7. Media Sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.⁷
8. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial termasuk instagram sendiri.⁸

⁴ John M. Echols dan Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia* , (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), h. 251.

⁵*Ibid.* h. 358.

⁶*Ibid.*h. 630.

⁷Pengertian Media Sosial, tersedia di: https://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_sosial (7 Mei 2017).

⁸Pengertian Instagram, tersedia di: <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram> , (7 Mei 2017).

Berdasarkan penjelasan di atas, yang dimaksud dengan judul skripsi ini adalah suatu penelitian yang mengungkap lebih jauh tentang jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* di media sosial instagram yang ditinjau dari hukum Islam (hukum bisnis syariah).

B. Alasan Memilih Judul

Beberapa hal alasan menarik, sehingga memotivasi penulis untuk memilih dan membahas judul ini yaitu :

1. Alasan Obyektif

Jual beli seperti *follower*, *likes* dan *viewer* pada era saat ini banyak terjadi pada kalangan pengguna media sosial instagram khususnya mereka para remaja, baik dari segi penjual maupun pembelinya. Hal tersebut merupakan hal baru yang terjadi di dalam model perdagangan, sehingga penting untuk mengetahui keabsahan transaksinya dan bagaimana hukumnya bila dikorelasikan dengan hukum Islam.

2. Alasan Subyektif

- a. Judul ini sesuai dengan bidang ilmu yang dikaji oleh penulis pada prodi muamalah (Hukum Ekonomi Syariah) dan sepanjang pengetahuan peneliti di dalam ruang lingkup kampus Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung khususnya jurusan Muamalah belum ada yang meneliti mengenai “Tinjauan Hukum Islam Tentang Praktik Jual Beli *Follower*, *Likes* ,dan *Viewer* di Media Sosial Instagram”.

- b. Terdapat sarana dan prasarana yang mendukung dalam proses penulisan skripsi ini seperti literatur-literatur, referensi-referensi yang mudah di dapatkan di perpustakaan, serta adanya informasi dan data-data yang dibutuhkan yang terdapat dalam literatur.

C. Latar Belakang Masalah

Transaksi Jual beli merupakan kegiatan manusia yang terus mengalami perkembangan dari masa ke masa. Sebagaimana kita ketahui bahwa pada saat ini aktivitas ekonomi sebagai salah satu aspek terpenting dalam kehidupan manusia berkembang cukup dinamis dan begitu cepat. Terlebih dengan perkembangan alat dan perangkat komunikasi dan informasi yang sedemikian kencang. Hal ini membuat aktivitas ekonomi semakin variatif dan semakin intens dilakukan. Kreativitas pengembangan model transaksi dan produk semakin tinggi.⁹

Salah satu jual beli yang menggunakan teknologi sebagai medianya yaitu jual beli online. Jual beli secara online banyak dilakukan oleh sebagian masyarakat karena kemudahannya dalam melakukan transaksi yaitu tidak harus bertemunya secara langsung antara penjual maupun pembeli. Namun dengan semakin berkembangnya zaman, jual beli online saat ini tidak hanya mencakup jual beli barang keperluan sehari-hari saja, tetapi ada pula transaksi yang menjual belikan berupa penambahan *follower*, *likes* dan *viewer* di media sosial instagram. Pada umumnya pembeli menggunakan *follower*, *likes* dan *viewer* untuk kepentingan bisnis

⁹ Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), h. 7-8.

terutama bagi mereka yang mempunyai *online shop*, karena dengan semakin banyaknya *follower*, *likes* dan *viewer* maka otomatis akan semakin banyak pula orang yang mengenal *onlineshop*-nya tersebut. Namun tidak sedikit juga dari mereka merupakan perorangan yang menggunakan *follower*, *likes* dan *viewer* tersebut sebagai ajang untuk mempopulerkan dirinya sendiri agar terkenal dikalangan pengguna instagram lainnya.

Tata cara yang dilakukan dalam jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* tidak jauh berbeda dengan jual beli *online* lainnya yaitu dengan melakukan pembayaran terlebih dahulu kemudian penjual baru akan memproses apa yang di inginkan oleh pembeli baik itu *follower*, *likes* maupun *viewer*. Proses yang dilakukan oleh penjual biasanya membutuhkan waktu satu hari untuk menambah *follower*, *likes* maupun *viewer* yang dipesan oleh para pembeli yang kemudian akan di tambahkan jumlahnya pada akun instagram yang diinginkan.

Segala ketentuan perekonomian dan transaksi jual beli menurut ajaran Islam yang bersumber dari Al-Quran adalah untuk memperhatikan hak individu yang harus terlindungi, sekaligus untuk menegakkan rasa solidaritas yang tinggi dalam masyarakat.¹⁰

Dalam hal jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* barang yang diperjualbelikan adalah bukan barang yang nyata melainkan berupa

¹⁰ A. Kadir, *Op. Cit.* h. 56.

penambahan *follower*, *likes* dan *viewer* pada akun seseorang pembeli. Apakah penambahan sebuah *follower*, *likes* dan *viewer* adalah sebuah objek transaksi yang berwujud, bernilai dan dapat dimanfaatkan bagi perseorangan? Dan bagaimanakah cara seorang penjual mendapatkan akun instagram yang nantinya akan mereka jual sebagai *follower*, *likes*, dan *viewer*? Serta bagaimana dengan resiko yang akan ditanggung oleh pembeli ketika para *follower* tersebut berhenti mem-*follow*nya? Disini menarik sekali untuk diteliti dari sisi hukum Islam. Menurut peneliti, jual beli semacam *follower*, *likes* serta *viewer* perlu dikaji lebih lanjut karena sesuatu yang diperjualbelikan mengandung unsur penipuan, dimana *followers*, *likes* maupun *viewer* tersebut bukan merupakan *follower* sejati atau benar-benar ingin menjadi *followernya*, sedangkan *follower* tersebut dimanfaatkan untuk kepentingan berbisnis bagi pembeli. Hal tersebut merupakan model perdagangan baru yang perlu ditinjau dari segi hukum Islamnya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan rumusan permasalahan yang menarik untuk dikaji dan dianalisis, yaitu sbb.

1. Bagaimana Model Jual Beli *Follower*, *Likes* dan *Viewer* di Media Sosial Instagram ?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam terhadap Model Jual Beli *Follower*, *Likes* dan *Viewer* di Media Sosial Instagram ?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui model jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* di media sosial instagram.
- b. Untuk mengetahui tinjauan hukum Islam tentang model jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* di media sosial instagram.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis berguna sebagai bahan referensi mengenai status hukum boleh atau tidaknya jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* bagi masyarakat umum, khususnya bagi pembeli maupun penjual yang ingin melakukan jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* tersebut.
- b. Secara praktis sebagai acuan bagi masyarakat khususnya pengguna media sosial instagram dalam melakukan praktik jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* di media sosial instagram.

F. Metode Penelitian

1. Jenis penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field Research*),¹¹ merupakan metode untuk menemukan secara khusus dan realitas tentang suatu fenomena muamalah yang terjadi di masyarakat. Dalam hal ini akan langsung mengamati praktik jual beli *followers*, *likes* dan *viewer* di media sosial instagram.

¹¹Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Cet. Ke-7, (Bandung: Mandar Maju, 1996), h.81.

Selain menggunakan penelitian lapangan, penelitian ini juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*),¹² yaitu penelitian yang di fokuskan terhadap penelitian bahan-bahan pustaka yang ada kaitannya dengan masalah yang dibahas, yaitu Al-Qur'an, hadis, kitab atau buku yang menjelaskan tentang jual beli.

2. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa data yang ada untuk menarik kesimpulan dan status hukum dari pokok masalah judul.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden atau objek yang diteliti atau ada hubungannya dengan objek yang diteliti.¹³ Dalam hal ini data primer yang diperoleh peneliti bersumber dari penjual yaitu dengan memberikan penjelasan berupa wawancara serta memberikan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

¹²M. Nasir, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Ghalia Indonesia ,1995), h. 53.

¹³Muhammad Prabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: Bumi Akasara, 2006), h.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber Data Sekunder, adalah merupakan bahan-bahan yang menjelaskan sumber data primer yaitu seperti hasil penelitian, pendapat para pakar yang mendukung tema pembahasan atau hasil dari karya ilmiah. Data sekunder diperoleh dari penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mengumpulkan data secara dokumentatif, dengan menelusuri buku-buku, kitab-kitab atau karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan topik kajian.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.¹⁴ Populasi dari penelitian ini adalah seluruh penjual dan pembeli *follower*, *likes*, dan *viewer* yang ada di media sosial instagram.

b. Sampel

Sampel adalah bagian populasi yang diambil dengan cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap dan dapat dianggap mewakili populasi. Sampel dari penelitian ini adalah penjual *follower*, *likes* dan *viewer* yaitu pemilik akun @SosmedLampung dan pembeli *follower*, *likes* dan *viewer* yang berjumlah 3 orang, masing-masing adalah pemilik akun jasa rias

¹⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfa Beta, 2011), h. 80.

pengantin (sebagai sarana promosi), akun fanbase dan akun pribadi.

5. Pengumpulan data

Dalam usaha pengumpulan data untuk penelitian ini, digunakan beberapa metode, yaitu;

a. Wawancara (*interview*)

Wawancara merupakan suatu kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengungkapkan pertanyaan-pertanyaan pada responden. Pada praktiknya penulis menyiapkan daftar pertanyaan untuk diajukan secara langsung kepada para pelaku akad jual beli *follower*, *likes* dan *viewer*.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumentasi biasanya berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa gambar-gambar yang berkaitan dengan jual beli *follower*, *likes* dan *viewer*.

6. Pengolahan Data

Pengolahan data adalah melakukan analisis terhadap data dengan metode dan cara-cara tertentu yang berlaku dalam penelitian. Pengolahan data umumnya dilakukan dengan cara:

- a. Editing data yaitu pemeriksaan kembali semua data yang diperoleh terutama dari kelengkapannya, kejelasan makna, kesesuaian serta relevansinya dengan data lain.
- b. Klasifikasi data yaitu mereduksi data yang ada dengan cara menyusun dan mengklarifikasi data yang diperoleh kedalam pola tertentu untuk mempermudah pembahasan.
- c. Verifikasi data yaitu mengelompokkan data dan memahami maksud dari sumber-sumber data yang diperoleh.
- d. Sistematisasi data yaitu menempatkan data menurut kerangka sistematika bahasa berdasarkan urutan masalah.

7. Teknik Analisa Data

Analisis data merupakan cara untuk menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber.¹⁵ Analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dengan menggunakan pendekatan berfikir deduktif dan induktif. Analisis kualitatif yaitu menganalisa dengan cara memaparkan dan menganalisa data yang diperoleh dengan mengomentari menggunakan teori yang dipakai. Deduktif yaitu analisis yang berangkat dari pengetahuan yang bersifat umum untuk mendapatkan kesimpulan khusus. Sedangkan pendekatan induktif menekankan pada pengamatan dahulu, lalu menarik kesimpulan berdasarkan pengamatan tersebut. Metode ini sering disebut sebagai

¹⁵Lexi. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya : Bandung, 2002, h.190.

sebuah pendekatan pengambilan kesimpulan dari khusus menjadi umum.

BAB II

MUAMALAH DALAM ISLAM

A. Prinsip Muamalah

Prinsip dalam muamalah adalah setiap muslim bebas melakukan apa saja yang dikehendakinya sepanjang tidak dilarang oleh Allah berdasarkan Al-qur'an dan as-Sunnah. Sebagai upaya mewujudkan kemaslahatan dalam kehidupan ekonomi, perlu dikembangkan beberapa instrumen ekonomi, agar muamalah tidak berkembang secara liar, keluar dari jalur dan rambu-rambu yang telah ditetapkan syar'i, maka ulama membangun *dhâbith* fiqih muamalah yang paling utama adalah sebagai berikut.

1. Prinsip Umum Muamalah

Dalam fikih muamalah, terdapat beberapa prinsip dasar yang harus diperhatikan, yaitu:

a. Prinsip Pertama

الْأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا.

“Pada dasarnya, segala bentuk muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya”

Ini mengandung arti, bahwa hukum Islam memberi kesempatan luas bagi perkembangan bentuk dan macam muamalah baru sesuai dengan perkembangan kebutuhan hidup masyarakat.

Dari prinsip di atas, menurut Jamal al-Din, sebagaimana dikutip dari buku Hukum Ekonomi Syariah karangan Fathurrahman Djamil, bahwa:

- 1) Untuk menetapkan kebolehan suatu bentuk muamalah tidak diperlukan mencari dasar hukum syar'i-nya (Al-qur'an dan as-Sunnah) karena hukum asalnya adalah boleh (*mubah*), bukan haram.
- 2) Keterangan tekstual (*nash*) dalam Al-qur'an dan sunnah tentang muamalah tidak dimaksudkan sebagai pembatasan dalam menciptakan bentuk-bentuk muamalah baru yang tidak termuat dalam Al-qur'an dan sunnah.
- 3) Dalam menciptakan bentuk-bentuk muamalah baru, untuk menentukan hukum kebolehan, tidak perlu dianalogkan dengan bentuk muamalah yang telah dijelaskan dalam *nash*.
- 4) Disamping itu, untuk menentukan kebolehan juga tidak perlu dianalogkan (*ilhaq*) dengan suatu pendapat hukum Islam hasil ijtihad, atau dengan beberapa bentuk muamalah yang telah ada dalam literatur hukum Islam, termasuk tidak diperlukan penggabungan beberapa pendapat (taufik).
- 5) Ketentuan satu-satunya yang harus diperhatikan dalam menentukan kebolehan muamalah baru adalah "tidak melanggar *nash* yang mengharamkan, baik *nash* Al-qur'an maupun as-Sunnah".

- 6) Oleh karena itu, hal yang harus dilakukan ketika membuat sebuah muamalah baru adalah meneliti dan mencari *nash-nash* yang mengharamkannya, bukan *nash* yang membolehkannya.¹

b. Prinsip Kedua

الأصل في الشروط في المعاملات الحلال

“Hukum dasar syarat-syarat dalam muamalah adalah halal”

Prinsip di atas juga memberikan kebebasan kepada umat Islam untuk mengembangkan model dalam muamalah, baik akad maupun produknya. Umat Islam diberi kebebasan untuk membuat syarat-syarat tertentu dalam bertransaksi, namun jangan sampai kebebasan tersebut dapat merugikan salah satu pihak yang melakukan transaksi.²

c. Prinsip Ketiga

دَرْءُ الْمَفَاسِدِ مُقَدَّمٌ عَلَى جَلْبِ الْمَصَالِحِ

“Mu’amalat dilakukan atas dasar pertimbangan mendatangkan manfaat dan menghindarkan mudharat atau sering disebut maslahah (kemaslahatan)”.

Konsekuensi dari prinsip ini adalah bahwa segala bentuk muamalah yang dapat merusak atau mengganggu kehidupan masyarakat tidak dibenarkan, seperti perjudian, penjualan narkoba, prostitusi dan sebagainya.

154. ¹Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), h. 152-

²Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 13.

Hakikat kemaslahatan dalam Islam adalah segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi integral duniawi dan ukhrawi, material dan spiritual, serta individual dan kolektif. Sesuatu dipandang Islam bermashlahat jika memenuhi dua unsur yakni kepatuhan syariah (halal) dan bermanfaat serta membawa kebaikan (*thayyib*) bagi semua aspek secara integral yang tidak menimbulkan *mudharat* merugikan pada salah satu aspek. Secara luas, *maslahat* ditujukan pada pemenuhan visi kemaslahatan yang tercakup dalam *muqâshid* (tujuan) syariah yang terdiri dari 5 unsur, yaitu agama (*al-dien*), keturunan (*al-nâsl*), jiwa (*al-nafs*), harta kekayaan (*al-mâl*), dan akal pikiran (*al-‘âql*). Indikator maslahat, yaitu mendatangkan manfaat berupa menyejahterakan, membahagiakan, menguntungkan, memudahkan dan meringankan, sedangkan indikator menghindarkan *mudharat* berupa menyengsarakan, menyusahkan, merugikan, menyulitkan, dan memberatkan.³

d. Prinsip Keempat

Muamalah dilaksanakan dengan memelihara nilai keseimbangan (*tawazun*) dalam pembangunan. Konsep keseimbangan dalam konsep syariah/ muamalah Islam meliputi berbagai segi, antara lain meliputi keseimbangan antara pembangunan material dan spiritual, pembangunan sektor

³Fathurrahman Djamil, *Op. Cit.* h. 154.

keuangan dan sektor *riil*, dan pemanfaatan serta pelestarian sumber daya. Pembangunan ekonomi syariah tidak hanya ditujukan untuk pembangunan sektor korporasi, namun juga pengembangan sektor usaha kecil dan mikro yang terkadang luput dari upaya-upaya pengembangan sektor ekonomi secara keseluruhan.⁴

e. Prinsip Kelima

Muamalat dilaksanakan dengan memelihara nilai keadilan dan menghindari unsur-unsur kezaliman.

Keadilan adalah menempatkan sesuatu hanya pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak, serta memperlakukan sesuatu sesuai posisinya. Implementasi keadilan dalam aktivitas ekonomi berupa aturan prinsip muamalah yang melarang adanya unsur *riba*, *zhalim*, *maysir*, *gharar*, objek transaksi yang haram.⁵

2. Prinsip Khusus Muamalah

Secara khusus prinsip dalam muamalah ini dapat dikategorikan pada dua hal, yaitu hal-hal yang dilarang untuk dilakukan dalam kegiatan muamalah dan hal-hal yang diperintahkan untuk dilakukan dalam bidang muamalah.

⁴*Ibid.* h. 155.

⁵*Ibid.*

a. Hal-hal yang diperintahkan untuk dilakukan

Beberapa prinsip muamalah yang diperintahkan antara lain: objek perniagaan harus *halal* dan *thayyib*, didasarkan pada kerelaan (*an-tarâdhin*), dan pengelolaan yang amanah.

1) Objek perniagaan halal

Prinsip dalam muamalah adalah mesti halal dan bukan berbisnis barang-barang yang diharamkan oleh Islam. Dalam perdagangan tidak dibenarkan memperjualbelikan atau melakukan tindakan haram.

Islam telah menggariskan sejumlah barang atau komoditas yang halal dan yang tidak halal. Disini manusia dihadapkan pada pilihan untuk menggunakan, memanfaatkan semua yang halal bagi kepentingan bisnisnya.

2) Adanya kerelaan

Asas ini menyatakan bahwa segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak. Kerelaan antara pihak-pihak yang berakad dianggap sebagai prasyarat bagi terwujudnya semua transaksi. Jika dalam transaksi tidak terpenuhi asas ini, maka itu sama artinya dengan memakan sesuatu dengan cara yang bathil. Transaksi yang dilakukan tidak dapat dikatakan telah mencapai sebuah bentuk kegiatan yang saling rela diantara para pelaku, jika didalamnya ada tekanan, paksaan, dan penipuan. Kondisi ridha ini

diimplementasikan dalam perjanjian yang dilakukan diantaranya dengan kesepakatan dalam bentuk sighat (ijab dan qabul) serta adanya konsep *khiyar* (opsi).

3) Pengurusan dana yang amanah

Dalam berbisnis, nilai kejujuran dan amanah dalam mengurus dana merupakan ciri yang mesti ditunjukkan karena merupakan sifat Nabi dan Rasul dalam kehidupan sehari-hari.⁶

b. Hal-hal yang dilarang untuk dilakukan

Hal-hal yang dilarang untuk dilakukan dalam kegiatan muamalah adalah berupa kegiatan transaksi yang didasarkan pada *riba*, *gharar*, *tadlis*, dan *maysir*.

1) Riba

Salah satu bentuk transaksi yang dilarang dalam kegiatan usaha adalah riba. Riba pada dasarnya adalah tambahan atau kelebihan yang diambil secara zalim.

2) *Gharar*

Gharar berarti ketidakjelasan sifat sesuatu. Dalam konteks muamalah adalah ketidakjelasan objek transaksi yang berpotensi menimbulkan perselisihan para pihak yang bertransaksi. Larangan *gharar* dalam muamalah adalah untuk

⁶*Ibid.* h. 156-158.

melindungi para pihak yang melakukan muamalah, khususnya yang menggunakan transaksi atau akad.⁷

3) *Tadlis* (penipuan)

Tadlis merupakan penipuan atas adanya kecacatan dari barang yang diperjualbelikan. *Tadlis* ini bisa dari penjual atau pembeli. *Tadlis* dari penjual berupa merahasiakan cacat barang dan mengurangi kuantitas atau kualitas barang tetapi seolah-olah tidak berkurang. *Tadlis* dari pembeli berupa alat pembayaran yang tidak sah.⁸

4) *Maysir*

Maysir dalam konteks ini adalah tindakan spekulasi yang tidak menggunakan dasar sama sekali. Dalam bermuamalah Islam mengajarkan kehati-hatian agar tidak terjadi kezaliman yang dapat merugikan salah satu pihak yang melakukan suatu akad.⁹

B. Pengertian dan Dasar Hukum Jual Beli

Secara etimologi, jual beli berarti menukar harta dengan harta.¹⁰

Sedangkan secara terminologi, terdapat beberapa ulama yang mendefinisikan jual beli. Menurut ulama Hanafiyah, jual beli adalah pertukaran harta (benda) dengan harta (yang lain) berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).¹¹ Unsur-unsur definisi ini mengandung pengertian

⁷Imam Mustofa, *Op. Cit.* h. 16-17.

⁸Faturrahman Djamil, *Op. Cit.* h. 169.

⁹Imam Mustofa, *Op. Cit.* h. 18.

¹⁰ Shalah Ash-Shawi, dan Abdullah al-Muslih, *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, terjemahan Abu Umar Basyir (Jakarta: Darul Haq, 2008), h. 87.

¹¹H. A. Khumaidi Ja'far, *Hukum Perdata Islam di Indonesia*, (Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan IAIN Raden Intan Lampung, 2015), h. 139.

bahwa cara yang khusus yang dimaksudkan ulama Mazhab Hanafi adalah melalui ijab (ungkapan membeli dari pembeli) dan kabul (pernyataan menjual dari penjual), atau juga bisa melalui saling memberikan barang dan harga antara penjual dan pembeli. Disamping itu, harta yang diperjualbelikan itu harus bermanfaat bagi manusia, sehingga bangkai, minuman keras, dan darah tidak termasuk sesuatu yang boleh diperjualbelikan, karena benda-benda tersebut tidak bermanfaat bagi kaum muslimin. Apabila jenis-jenis barang seperti itu tetap diperjualbelikan, menurut ulama hanafi, jual belinya tidak sah.¹² Menurut Imam Nawawi, jual beli adalah tukar menukar barang atau sejenisnya. Al-Syarbini dalam kitab *Mughnî al-Mukhtâj* mendefinisikannya, “*Pertukaran harta dengan harta dengan cara tertentu*”.¹³ Menurut Ibnu Qudamah, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta (yang lain) untuk kepemilikan.¹⁴

Berdasarkan pemaparan berbagai definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa jual beli adalah perjanjian tukar menukar harta dengan harta yang mempunyai manfaat dengan cara tertentu berdasarkan ketentuan yang telah dibenarkan syara’ untuk tujuan kepemilikan.

¹²Abdul Azis Dahlan (ed). *Ensiklopedi Hukum Islam*, Cet. 1, (Jakarta : Ichtiar van Hoeve, 1996), h. 627.

¹³Imam Mustofa, *Op. Cit.* h. 22.

¹⁴H. A. Khumaidi Ja’far, *Op. Cit.* h. 140.

1. Dasar Hukum Jual Beli

Jual beli sebagai bagian dari mu'amalah mempunyai dasar hukum yang jelas, baik dari Al-Qur'an, as-Sunnah dan telah menjadi ijma' ulama dan kaum muslimin.¹⁵

a. Dasar dalam Al-Alqur'an

1) Firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : *"Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba."*¹⁶

2) Firman Allah dalam surat al-Baqarah ayat 282 :

وَأَشْهَدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ

Artinya: *"Dan Persaksikanlah apabila kamu berjual beli"*¹⁷

3) Firman Allah dalam surat an-Nisaa ayat 29 :

إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: *"Kecuali dengan jalan perniagaan yang dilakukan dengan suka sama suka di antara kamu"*¹⁸

¹⁵Imam Mustofa, *Op. Cit.* h. 22.

¹⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h. 47.

¹⁷*Ibid.* h. 48.

¹⁸*Ibid.* h. 83.

b. Dasar dalam as-Sunnah

- 1) Hadist Rasulullah Saw. yang diriwayatkan Rifa'ah bin Rafi' al-Bazzar dan al-Hakim:

سُئِلَ رَسُولُ اللَّهِ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ أَوْ أَفْضَلُ قَالَ : " عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلِّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ " ¹⁹

Artinya: “Rasulullah Saw. Bersabda ketika ditanya salah seorang sahabat mengenai pekerjaan (profesi) apa yang paling baik. Rasulullah Saw. ketika itu menjawab: “Usaha tangan manusia sendiri dan setiap jual beli yang diberkati” ²⁰ (HR. al-Bazar dan al-Hakim).

Maknanya adalah jual beli yang jujur, tanpa diiringi kecurangan dan mendapatkan berkah dari Allah SWT.

- 2) Hadist Rasulullah Saw. yang diriwayatkan Sufyan dari Abu Hamzah dari Hasan dari Abi Sa'id:

عَنْ سُفْيَانَ عَنْ أَبِي حَمْزَةَ عَنِ الْحَسَنِ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ عَنِ النَّبِيِّ -صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ- قَالَ : التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصَّدِيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الترمذی) ²¹

Artinya: “Dari Sufyan dari Abu Hamzah dari Hasan dari Abi Sa'id dan Nabi Saw. bersabda: pedagang yang jujur dan terpercaya itu sejajar (tempatnyanya disurga) dengan para Nabi, shiddiqin dan syuhada.” ²²

¹⁹Kutubussittah, juz III, (Beirut: Daar Al-kutb Al-Ilmiyah, 1998), h. 4.

²⁰Ensiklopedi Hukum Islam, editor Abdul Azis Dahlan...[et.al.]. Cet. 1, (Jakarta : Ichtiar van Hoeve, 1996), h. 828.

²¹Abi Isa Muhammad Al-Tirmidzi, *Sunan At-Tirmidzi*, juz III, (Beirut: daar Al-Fikri, t.th), h. 515.

²²Imam Mustofa, *Op.Cit.*, h. 24.

c. Ijma'

Dalil dari ijma' bahwa umat Islam sepakat bila jual beli itu hukumnya boleh dan terdapat hikmah di dalamnya.²³ Jual beli sebagai mu'amalah melalui sistem barter telah ada sejak zaman dahulu. Islam datang memberi legitimasi dan memberi batasan dan aturan agar dalam pelaksanaannya tidak terjadi kezaliman atau tindakan yang dapat merugikan salah satu pihak.²⁴ Dengan diperbolehkannya jual beli, maka manusia dapat saling membantu untuk memenuhi kebutuhan setiap orang dan membayar atas kebutuhannya itu.

2. Rukun dan Syarat Jual Beli

Jual beli yang sesuai dengan syariat Islam harus memenuhi rukun dan syarat dari jual beli itu sendiri, karena transaksi jual beli merupakan perbuatan hukum yang mempunyai konsekuensi peralihan hak atas sesuatu barang dari pihak penjual kepada pihak pembeli dan juga jual beli merupakan suatu akad, maka harus dipenuhi rukun dan syaratnya.

a. Rukun jual beli

Mengenai rukun dan syarat jual beli, para ulama berbeda pendapat. Menurut ulama Hanafiyah, rukun jual beli adalah ijab dan qabul yang menunjukkan pertukaran barang secara ridha, baik dengan ucapan maupun perbuatan.²⁵ Rukun jual beli ada tiga yaitu sebagai berikut.

²³Wahbah Al Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu jilid V*, terjemahan: Abdul Hayyie al-Kattani, (Jakarta: Gema Insani, 2011), h. 27.

²⁴Imam Mustofa, *Op. Cit.*, h. 25.

²⁵Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), h. 75-76.

- 1) *Al-‘âqidâni* (orang yang berakad)
- 2) *Shigâtul aqdi* (lafadz ijab dan qabul)
- 3) *Mahalul aqdi* (objek akad)

b. Syarat jual beli

Suatu transaksi jual beli dikatakan sah apabila memenuhi syarat-syaratnya. Syarat-syarat ini secara umum bertujuan untuk menghindari sengketa diantara manusia, melindungi kepentingan kedua belah pihak, menjamin bahwa jual beli yang dilakukan akan membawa kebaikan bagi kedua belah pihak dan tidak ada yang dirugikan. Diantara syarat-syarat jual beli yang berkaitan dengan rukun jual beli adalah sebagai berikut.

1) *Al-‘âqidâni* (orang yang berakad)

Pelaku akad disyaratkan orang yang berakal dan *mumayyiz* (dapat membedakan antara yang hak dan yang batil). Akad jual beli tidak sah dilakukan oleh orang gila, orang mabuk, dan anak-anak kecil yang belum *mumayyiz*.

Bagi orang gila yang terkadang sadar dan terkadang kambuh, akad jual beli yang dia lakukan ketika sadar hukumnya sah, sedangkan yang dilakukan saat kambuh (penyakit gilanya) tidak sah.²⁶

Syarat bagi orang yang berakad selanjutnya adalah atas kehendak sendiri dan tidak ada unsur paksaan.

²⁶Sulaiman Al-Faifi, *Ringkasan Fikih Sunnah Sayyid Sabiq*, (Jakarta: Beirut Publishing, 2014), h. 765.

2) Syarat *Shigâtul aqdi* (ijab dan qabul)

Ada beberapa hal yang disyaratkan dalam ijab dan qabul:

a) Qabul harus sesuai dengan ijab. Misalnya, penjual mengatakan:

“Saya jual buku ini seharga Rp. 15.000,-”. Lalu pembeli menjawab *“saya beli dengan harga Rp. 15.000,-”*. Apabila antara ijab dengan qabul tidak sesuai, maka jual beli tidak sah.

b) Ijab dan qabul itu dilakukan dalam satu majelis.²⁷ Artinya adalah para pihak yang bertransaksi berada dalam satu tempat secara bersamaan, atau berada dalam suatu tempat yang berbeda, namun keduanya saling mengetahui. Perbedaan tempat bisa dianggap satu majelis atau satu lokasi dan waktu karena berbagai alasan.

c) Tidak terpisah. Maksudnya adalah antara ijab dan qabul tidak terdapat pemisah yang menggambarkan adanya penolakan.

d) Tidak dikaitkan dengan sesuatu. Artinya akad tidak boleh dikaitkan dengan sesuatu yang tidak berhubungan dengan akad.²⁸ Contoh: *“Kalau saya jadi pergi saya jual barang ini”*.

3) Syarat *Mahalul aqdi* (objek akad)

a) Barang yang dijadikan objek transaksi harus benar-benar ada dan nyata. Transaksi terhadap barang yang belum atau tidak ada tidak sah, seperti jual beli buah yang belum nampak, jual

²⁷Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), h. 116.

²⁸Rachmat Syafei. *Op. Cit.* h. 84.

beli anak hewan yang masih berada dalam kandungan induknya.

- b) Hendaknya objek transaksi berupa barang yang bernilai, halal, dapat dimiliki, dapat disimpan dan dimanfaatkan sebagaimana mestinya serta tidak menimbulkan kerusakan.²⁹
- c) Barang yang dijadikan objek transaksi merupakan milik sendiri. Maka tidaklah sah menjual barang orang lain dengan tidak se-izin pemiliknya atau barang-barang yang baru akan menjadi miliknya.
- d) Dapat diserahkan dengan cepat maupun lambat tidaklah sah menjual binatang yang sudah lari dan tidak dapat ditangkap lagi. Barang-barang yang sudah hilang atau barang yang sulit diperoleh kembali karena samar, seperti seekor ikan jatuh ke kolam, tidak diketahui dengan pasti ikan tersebut sebab dalam kolam tersebut terdapat ikan-ikan yang sama.³⁰

3. Macam-Macam Jual Beli

Beberapa klasifikasi hukum jual beli yang terkait dengan syarat dan rukun jual beli, yaitu:³¹

a. Jual beli sah dan halal

Apabila syarat dan rukunnya terpenuhi maka hukum jual beli adalah mubah, jual beli yang diperbolehkan (mubah) adalah jual beli yang halal. Inilah hukum asal bagi jual beli.

²⁹Imam Mustofa, *Op. Cit.* h. 26.

³⁰Hendi Suhendi, *Op.Cit.* h. 73.

³¹Dja'far Amir, *Ilmu fiqih*, (Solo: Ramadhani, 1991), h. 161.

b. Jual beli sah tetapi haram

Apabila jual beli tersebut melanggar larangan Allah SWT. Seperti jual beli pada saat ibadah, hingga melalaikan ibadah, jual beli dengan menghadang barang sebelum sampai pasar, jual beli dengan menimbun barang hingga menimbulkan spekulasi, dan lain sebagainya.

c. Jual beli tidak sah dan haram

Apabila memperjualbelikan benda yang dilarang oleh syara'. Misalnya jual beli tanah sejauh lemparan batu, jual beli buah yang masih di pohon yang belum tampak hasilnya, jual beli binatang dalam dan lain sebagainya.

d. Jual beli sah dan disunnahkan

Seperti jual beli dengan maksud menolong untuk meringankan beban orang lain.

e. Jual beli sah dan wajib

Seperti menjual barang milik orang yang sudah meninggal untuk membayar hutangnya.

4. Hukum dan Sifat Jual Beli

Ditinjau dari hukum dan sifat jual beli, jumhur ulama membagi jual beli menjadi dua macam, yaitu jual beli yang dikategorikan sah (sahih) dan jual beli yang dikategorikan tidak sah. Jual beli sah adalah jual beli yang memenuhi ketentuan syara', baik rukunnya maupun syaratnya, sedangkan jual beli tidak sah adalah jual beli yang tidak memenuhi salah satu syarat dan rukunnya sehingga jual beli menjadi rusak

(*fâsid*) atau batal. Dengan kata lain, menurut jumhur ulama, rusak dan batal memiliki arti yang sama. Adapun ulama Hanafiyah membagi hukum dan sifat jual beli menjadi sah, batal dan rusak.

Adapun menurut ulama Hanafiyah, dalam masalah muamalah terkadang ada suatu kemaslahatan yang tidak ada ketentuannya dari syara' sehingga tidak sesuai atau ada kekurangan dengan ketentuan syariat. Akad seperti itu adalah rusak, tetapi tidak batal. Dengan kata lain, ada akad yang batal saja dan ada pula yang rusak saja. Lebih jauh tentang penjelasan jual beli *sahih*, *fasad*, dan batal adalah berikut ini.

- a. Jual beli sah adalah jual beli yang memenuhi ketentuan syariat. Hukumnya, sesuatu yang diperjualbelikan menjadi milik yang melakukan akad.
- b. Jual beli batal adalah jual beli yang tidak memenuhi salah satu rukun, atau yang tidak sesuai dengan syariat, yakni orang yang akad bukan ahlinya, seperti jual beli yang dilakukan orang gila dan anak kecil.
- c. Jual beli rusak adalah jual beli yang sesuai dengan ketentuan syariat pada asalnya, tetapi tidak sesuai dengan syariat pada sifatnya, seperti jual beli yang dilakukan oleh orang yang *mumayyiz*, tetapi bodoh sehingga menimbulkan pertentangan.

Adapun masalah ibadah, ulama Hanafiyah sepakat dengan jumhur ulama bahwa batal dan fasad adalah sama.³²

³²Rachmat Syafei, *Op.Cit.* h. 91.

5. Hukum (Ketetapan) dalam Jual Beli

Hukum atau ketetapan yang dimaksud pada pembahasan akad jual beli ini, yakni menetapkan barang milik pembeli dan menetapkan uang milik penjual.

Hak-hak akad (*huquq al-aqd*) adalah aktivitas yang harus dikerjakan sehingga menghasilkan hukum akad, seperti menyerahkan barang yang dijual, memegang harga (uang), mengembalikan barang yang cacat, khiyar, dan lain-lain.

Adapun hak jual beli yang mengikuti hukum adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan barang yang dibeli, yang meliputi berbagai hak yang harus ada dari benda tersebut yang disebut pengiring atau (*murafiq*). Kaidah umum dari masalah ini misalnya segala sesuatu yang berkaitan dengan rumah adalah termasuk pintu, jendela, WC, dapur, dan lain-lain, walaupun tidak disebutkan ketika akad, kecuali jika ada pengecualian.

a. Pengertian *Tsaman* (harga) dan *Mabi'* (barang jualan)

Secara umum, *Mabi'* adalah perkara yang menjadi tentu dengan ditentukan. Sedangkan pengertian harga secara umum, adalah perkara yang tidak tentu dengan ditentukan.

Definisi di atas, sebenarnya sangat umum sebab sangat bergantung pada bentuk dan barang yang diperjualbelikan, adakalanya *Mabi'* tidak memerlukan penentuan, seperti penetapan uang muka.³³

³³Rahmat Syafei, *Op. Cit.* h. 86.

b. Ketetapan *Mabî'* dan harga

Hukum-hukum yang berkaitan dengan *Mabî'* dan harga antara lain:³⁴

- 1) *Mabî'* disyaratkan haruslah harta yang bermanfaat, sedangkan harga tidak disyaratkan demikian.
- 2) *Mabî'* disyaratkan harus ada dalam kepemilikan penjual, sedangkan harga tidak disyaratkan demikian.
- 3) Tidak boleh mendahulukan harga pada jual beli pesanan, sebaliknya *Mabî'* harus didahulukan.
- 4) Orang yang bertanggung jawab atas harga adalah pembeli, sedangkan yang bertanggung jawab atas *Mabî'* adalah penjual.
- 5) Menurut ulama Hanafiyah, akad tanpa menyebutkan harga adalah *fâsid* dan akad tanpa menyebutkan *Mabî'* adalah batal.
- 6) *Mabî'* rusak sebelum penyerahan adalah batal, sedangkan bila harga rusak sebelum penyerahan, tidak batal.
- 7) Tidak boleh *tasharruf* atas barang yang belum diterimanya, tetapi dibolehkan bagi penjual untuk *tasharruf* sebelum menerima.

c. Hukum atas *Mabî'* dan harga rusak serta harga yang tidak laku

1) Kerusakan barang

Tentang hukum barang yang rusak, baik seluruhnya, sebagian, sebelum akad, dan setelah akad, terdapat beberapa ketentuan yaitu:

Jika barang rusak semuanya sebelum diterima pembeli:

³⁴Wahbah Al-Zuhaili, *Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuh*, juz IV, h. 405-406.

- a) *Mabî'* rusak dengan sendirinya atau rusak oleh penjual, jual beli batal.
- b) *Mabî'* rusak oleh pembeli, akad tidak batal, dan pembeli harus membayar.
- c) *Mabî'* rusak oleh orang lain, jual beli tidaklah batal, tetapi pembeli harus khiyar antara membeli dan membatalkan.

2) Kerusakan Harga

Harga rusak ditempat akad sebelum dipegang:

- a) Jika harga berupa uang, akad tidak batal sebab dapat diganti dengan yang lain..
- b) Jika harga menggunakan barang yang dapat rusak dan tidak dapat diganti waktu itu, menurut ulama Hanafiyah, akadnya batal.

3) Harga tidak berlaku

Ulama Hanafiyah berpendapat, jika uang tidak berlaku sebelum diserahkan kepada penjual, akad batal. Pembeli harus mengembalikan barang kepada penjual atau menggantinya jika rusak.³⁵

6. Jual Beli yang Dilarang dalam Islam

Transaksi jual beli dikatakan tidak islami atau dilarang dalam Islam bila tidak memenuhi syarat yang ditetapkan dalam fiqh dan terdapat pula larangan nabi padanya dan oleh karenanya hukumnya haram. Banyak

³⁵Rahmat syafei ,*Op. Cit.* h. 90.

sekali jual beli yang dilarang dalam Islam, menurut jumhur ulama tidak ada perbedaan antara istilah jual beli *bâtil* dan *fâsid*. Praktek transaksi jual beli ini biasanya telah berlangsung dikalangan orang Arab sebelum masuk Islam. Diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Jual beli yang dilarang karena ahliyah atau ahli akad (penjual dan pembeli), antara lain: ³⁶

- 1) Jual beli orang gila

Ulama fiqih sepakat bahwa jual beli yang dilakukan oleh orang gila tidak sah, begitu juga dengan orang yang mabuk dan sejenisnya, karena ia di pandang tidak berakal.

- 2) Jual beli anak kecil

Ulama fiqih sepakat bahwa jual beli yang dilakukan oleh anak kecil (belum *mumayyiz*) dipandang tidak sah, kecuali dalam perkara-perkara ringan.

- 3) Jual beli orang buta

Menurut jumhur ulama jual beli yang dilakukan oleh orang buta dianggap sah bila barang yang dibelinya diterangkan sifat-sifatnya. Namun sebaliknya, jika tidak di terangkan sifatnya dipandang tidak sah, karena ia dianggap tidak bisa membedakan barang yang jelek dan yang baik.

³⁶Khumaidi ja'far, *Op. Cit.* h. 149.

4) Jual beli *Fudhûl*

Adalah jual beli milik orang lain tanpa seizin pemiliknya. Menurut ulama Hanafiyah dan Malikiyah, jual beli tersebut ditanggihkan sampai ada izin pemilik. Adapun menurut ulama Hanabillah dan Syafi'iyah, jual beli fudhul tidak sah.

5) Jual beli orang yang terhalang

Maksud dari terhalang disini adalah terhalang dikarenakan sakit ataupun karena kebodohnya. Jual beli yang dilakukannya pun tidak sah, sebab tidak ada ahli dan ucapannya dipandang tidak dapat dipegang.

6) Jual beli *Malja`*

Adalah jual beli orang yang sedang dalam bahaya, yakni untuk menghindar dari perbuatan zalim. Jual beli tersebut *fâsid*, menurut ulama hanafiyah dan batal menurut ulama hanabillah.

b. Jual beli yang dilarang karena objek jual beli (barang yang diperjualbelikan)

Secara umum, barang yang diperjualbelikan disebut sebagai *ma'qûd 'alaih* yaitu harta yang dijadikan alat pertukaran oleh orang yang berakad, yang biasa disebut *mabî'* (barang jualan) dan harga.³⁷

Yang termasuk dalam jual beli ini yaitu sbb.

³⁷*Ibid.* h. 97.

1) Jual beli *gharar*

Adalah jual beli yang mengandung unsur-unsur penipuan dan penghianatan, baik karena ketidakjelasan dalam objek jual beli atau ketidakpastian dalam cara pelaksanaannya.³⁸ Jual beli ini dilarang karena dapat merugikan salah satu pihak yang berakad serta berdasarkan sabda Rasulullah Saw. sbb.

نهي رسول الله صل الله عليه وسلم عن بيع الحَصَاة وعن بيع الغَرَرِ.³⁹

Artinya: “dari Abu Hurairah, dia berkata, “Rasulullah melarang jual beli *hashat* (sejauh lemparan batu) dan jual beli *gharar*”⁴⁰

Alasan haramnya adalah tidak pasti dalam objek, baik barang atau uang atau cara transaksinya itu sendiri. Karena larangan dalam hal ini langsung menyentuh esensi jual belinya, maka disamping haram hukumnya transaksi itu tidak sah.

2) Jual beli *mulâmasah*

Yaitu jual beli secara sentuh menyentuh. Misalnya seseorang menyentuh sebuah barang dengan tangannya, maka orang yang menyentuh tersebut harus membelinya. Jual beli seperti ini dilarang oleh agama, karena mengandung unsur tipuan (akal-akalan) dan kemungkinan dapat menimbulkan kerugian pada salah satu pihak.

³⁸ Amir Syarifuddin, *Garis-garis Besar Fiqh*, (Bogor: Kencana, 2003), h. 201.

³⁹ Imam Abi Husain Muslim bin Hajjaj Qusairi An-Naisaburi, *Sahih Muslim*, Daar Al-Kutb Al-Ilmiyah, Beirut, 2003, h. 615.

⁴⁰ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Ringkasan Sahih Muslim*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2005).

3) Jual beli *Munâbadzah*

Yaitu jual beli secara lempar melempar, sehingga objek barang tidak jelas dan tidak pasti.

4) Jual beli *Mukhâdarah*

Yaitu menjual buah yang belum masak, karena buah yang masih muda sebelum dipetik sangat rentan terkena hama, tetapi bila warna buahnya telah berubah menjadi kekuning-kuningan atau kemerah-merahan dibolehkan.

5) Jual beli *Muhâqalah*

Yaitu menjual tanaman yang masih ada di ladang atau disawah. Jual beli macam ini dilarang karena mengandung gharar.

6) Jual beli barang yang tidak dapat diserahkan

Maksudnya bahwa jual beli terhadap barang yang tidak dapat diserahkan, contohnya yaitu jual beli burung yang ada di udara dan ikan yang ada di air dipandang tidak sah, karena jual beli seperti ini dianggap tidak ada kejelasan yang pasti.

7) Jual beli barang yang tidak jelas (*majhûl*)

Menurut ulama Hanafiyah, jual beli seperti ini adalah *fâsid*, sedangkan menurut jumhur batal sebab akan mendatangkan pertentangan diantara manusia.

8) Jual beli barang yang tidak ada di tempat akad (gaib), tidak dapat dilihat

Menurut ulama Hanafiyah, jual beli seperti ini dibolehkan tanpa harus menyebutkan sifat-sifatnya, tetapi pembeli berhak khiyar ketika melihatnya.

9) Jual beli barang yang dihukumkan najis oleh agama (Al-Qur'an)

Yaitu jual beli terhadap barang-barang yang telah ditetapkan hukumnya oleh agama seperti arak, babi, dan berhala adalah haram.

10) Jual beli *muzabânah*

Yaitu menjual buah-buahan secara barter atau menjual kurma basah dengan kurma kering dengan ukuran yang sama. Jual beli ini haram, karena akan menimbulkan perselisihan dan persengketaan.⁴¹ Dasarnya hadist Rasulullah Saw. Sebagai berikut:

وَعَنْ ابْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ : نَهَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ الْمُزَابَنَةِ :
 أَنْ يَبِيعَ ثَمَرَحَائِطُهُ إِنْ كَانَ نَخْلًا بِثَمَرٍ كَيْلًا وَإِنْ كَانَ كَرْمًا أَنْ يَبِيعَهُ بِزَيْبٍ كَيْلًا وَإِنْ كَانَ
 زَرْعًا أَنْ يَبِيعَهُ بِكَيْلٍ طَعَامٍ وَنَهَى عَنْ ذَلِكَ كُلِّهِ . مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ.⁴²

Artinya: “Dari Ibnu Umar Radhiyallahu Anhuma, ia berkata, “Rasulullah Saw. melarang jual beli muzabanah, yaitu seseorang yang menjual buah kebunnya, jika kurma basah dijual dengan kurma kering bertakar, anggur basah dijual dengan anggur kering bertakar, dan tanaman kering dijual dengan makanan kering bertakar. Beliau melarang itu semua.⁴³

⁴¹Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana, 2002), h. 35.

⁴²HR. Nasa'i Juz 7: 4549 dan Ibnu Majah : 2265. Hadist ini dishahihkan oleh Syiah Al-Abani dalam *Sahihul Jami'* : 6902.

⁴³*Subullus Salam-Syarah Bulughul Maghram (Jilid 3)*, terjemahan Ali Fauzan, Darwis, dkk (Jakarta: Darus Sunnah Pers, 2017), h. 30.

Alasan haramnya adalah karena ketidakjelasan dalam barang yang dipertukarkan ini dalam takarannya. Jual beli dalam bentuk ini menurut kebanyakan ulama tidak sah dengan alasan ketidakjelasan yang dapat membawa kepada tidak rela diantar keduanya.⁴⁴

c. Jual Beli yang dilarang karena lafadz (ijab qabul)

Ulama fiqh telah sepakat atas sahnya jual-beli yang didasarkan pada keridhaan diantara pihak yang melakukan akad, ada kesesuaian diantara ijab dan kabul; berada disatu tempat, dan tidak terpisah oleh suatu pemisah. Jual beli yang tidak memenuhi ketentuan tersebut dipandang tidak sah. Beberapa jual beli yang dipandang tidak sah atau masih diperdebatkan oleh para ulama adalah sbb.⁴⁵

1) Jual beli *mu'āthah*

Jual beli *mu'āthah* adalah jual beli yang telah disepakati oleh pihak penjual dan pembeli, berkenaan dengan barang maupun harganya, tetapi tidak memakai ijab-qabul. Jumhur ulama menyatakan sah apabila ada ijab dari salah satunya. Sebagian ulama Syafi'iyah membolehkannya, seperti Imam Nawawi. Menurutnya, hal itu dikembalikan kepada kebiasaan manusia. Begitu pula Ibn Suraij dan Ar-Ruyani membolehkannya dalam hal-hal kecil.

2) Jual beli melalui surat atau melalui utusan

Disepakati ulama fiqh bahwa jual beli melalui surat atau utusan adalah sah. Tempat berakad adalah sampainya surat atau utusan

⁴⁴ *Ibid.* h. 203.

⁴⁵ Rahmat Syafei, *Op. Cit.* h. 95-97.

dari aqid pertama kepada aqid kedua. Jika qabul melebihi tempat, akad tersebut dipandang tidak sah, seperti surat tidak sampai ketangan yang dimaksud.

3) Jual beli dengan isyarat atau tulisan

Disepakati kesahihan akad dengan isyarat atau tulisan khususnya bagi yang uzur sebab sama dengan ucapan. Selain itu, isyarat juga, menunjukkan apa yang ada dalam hati aqid. Apabila isyarat tidak dapat dipahami dan tulisannya jelek (tidak dapat dibaca), akad tidak sah.

4) Jual beli barang yang tidak ada ditempat akad

Ulama fiqih sepakat bahwa jual beli atas barang yang tidak ada ditempat adalah tidak sah sebab tidak memenuhi syarat *in`iqâd* (terjadinya akad).

5) Jual beli tidak bersesuaian antara ijab dan qabul

Hal ini dipandang tidak sah menurut kesepakatan ulama. Akan tetapi, jika lebih baik, seperti meninggikan harga, menurut ulama Hanafiyah membolehkannya, sedangkan ulama Syafi'iyah menganggapnya tidak sah.

6) Jual beli munjiz

Jual beli munjiz adalah yang dikaitkan dengan suatu syarat atau ditangguhkan pada waktu yang akan datang. Jual beli ini, dipandang *fâsid* menurut ulama hanafiyah, dan batal menurut jumhur ulama.

7) Jual beli Najasyi

Yaitu jual beli yang dilakukan dengan cara menambah atau melebihi harga temannya, dengan maksud mempengaruhi orang agar orang itu mau membeli barang kawannya. Jual beli seperti ini dipandang tidak sah, karena dapat menimbulkan keterpaksaan (bukan kehendak sendiri).⁴⁶

7. Manfaat dan Hikmah dalam Jual Beli

a. Manfaat dan Hikmah jual beli

Adapun manfaat dan hikmah yang diperoleh dari transaksi jual beli adalah sebagai berikut:

- 1) Jual beli dapat menata struktur kehidupan ekonomi masyarakat yang menghargai hak milik orang lain.
- 2) Penjual dan pembeli dapat memenuhi kebutuhannya atas dasar kerelaan atau suka sama suka.
- 3) Masing-masing pihak merasa puas. Penjual melepas barang dagangannya dengan ikhlas dan menerima uang, sedangkan pembeli memberikan uang dan menerima barang dagangan dengan puas pula. Dengan demikian jual beli juga mampu mendorong untuk saling bantu antara keduanya dalam kebutuhan sehari-hari.
- 4) Dapat menjauhkan diri dari memakan atau memiliki barang yang (batil).

⁴⁶Khumedi Jafar, *Op. Cit.* h. 156.

- 5) Menumbuhkan ketenteraman dan kebahagiaan.⁴⁷
- 6) Dapat memberikah nafkah bagi keluarga dari rizki yang halal.
- 7) Dapat membina ketenangan, ketentraman, dan kebahagiaan bagi jiwa karena memperoleh rizki yang cukup dan menerima dengan ridha terhadap anugerah Allah Swt.
- 8) Dapat menciptakan hubungan silaturrahim dan persaudaraan antara penjual dan pembeli.⁴⁸

C. Etika Bisnis Islam Dalam Jual Beli

Dalam notulasi sejarah Islam, tercatat sahabat-sahabat nabi hasil didikan beliau yang memiliki harta kekayaan, seperti Utsman bin Affan, Abdurrahman bin Auf, dan Sa'ad bin Abi Waqqash ra. Mereka memanfaatkan hartanya semata-mata untuk menambah kedekatan dirinya kepada Allah Swt. Pebisnis Muslim harus berpegang teguh pada etika Islam, karena ia mampu membuat pebisnis sukses dan maju, agar menjadi orang yang saleh dalam melakukan semua amal perbuatan dalam kapasitasnya sebagai khalifah di muka bumi yang mempunyai kelebihan dibanding dengan pebisnis yang lain.

Jika sisi keimanan mempunyai peran penting dalam muamalah, agar hasil sisi ini tampak buah hasilnya, maka harus dimanifestasikan dalam bentuk perilaku yang diperankan oleh pebisnis muslim, yaitu

⁴⁷Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah*, h. 87-88.

⁴⁸Khumedi jafar, *Op. Cit.* h.163.

dengan cara menggunakan seluruh batasan-batasan etika, yang dapat disederhanakan seperti berikut.⁴⁹

Untuk menjadi seorang pebisnis harus memiliki etika seperti yang diajarkan oleh Rasulullah Saw. Di antara etika bisnis Islam yang terpenting adalah sebagai berikut.

1. Jujur

Diantara bentuk kejujuran adalah seorang pebisnis harus komitmen dalam jual belinya dengan berlaku terus terang dan transparan untuk melahirkan ketenteraman dalam hati, hingga Allah memberikan keberkahan dalam muamalahnya, dan mengangkat derajatnya di surga ke derajat para nabi, dan orang-orang yang jujur, dan orang-orang yang mati syahid. Diriwayatkan dari Abu Sa'id, dari nabi Saw., beliau bersabda sebagai berikut.

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّ وَالصَّادِقِ وَالشَّهِدَاءِ ۝

Artinya: *“Pedagang yang jujur dan dapat dipercaya (kelak di surga) bersama para nabi, orang-orang yang jujur, dan orang-orang yang mati syahid.”* (HR. Tirmidzi).⁵¹

Bentuk kejujuran yang lain adalah, pebisnis dalam memasarkan barang dagangannya harus dijauhkan dari iklan yang licik dan sumpah palsu, atau memberikan informasi yang salah tentang barang

⁴⁹ Asraf Muhammad Dawwabah, *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*, (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2008), h. 56.

⁵⁰ Muhammad bin Isa bin Saurah, bin Musa bin Dhahak al-Turmudzi, *Sunan al-Turmudzi*, (Digital Library, al-Maktabah al-Syamilah al-Isdar al-Sani, 2005), h. 99.

⁵¹ Asraf Muhammad Dawwabah, *Op.Cit.* h. 59.

dagangannya untuk menipu calon pembeli. Hal tersebut banyak kita jumpai dalam era sekarang ini, di media sosial banyak iklan yang mempromosikan barang dagangannya tertentu secara berlebihan, barang yang dipromosikan sangat berbeda dengan barang dagangan yang sebenarnya. Islam sangat menganjurkan umatnya agar berhati-hati dari perbuatan di atas, yang bisa merusak pasar, menghilangkan kepercayaan dan ketenteraman jiwa.⁵²

2. Amanah

Salah satu bentuk amanah adalah seorang pebisnis harus amanah dalam takaran dan neraca, dia tidak boleh mengurangi barang-barang orang lain, dan tidak boleh menakar dengan takaran yang tidak sesuai dengan takaran yang seharusnya. Allah Swt. Berfirman dalam Qs. Ar-Rahman ayat 9 sbb.

وَأَقِمْوْا لِّلزَّيْتِ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ

Artinya: *“Dan tegakkanlah keseimbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi keseimbangan itu.”*⁵³

Diantara bukti amanah adalah seorang pebisnis harus menjelaskan dengan terus terang tentang harga barang dan laba yang diperolehnya, jika barang dagangannya dijual dengan menggunakan sistem bagi hasil. Selain itu, dia harus memberitahukan kepada pembelinya aib

⁵²*Ibid.* h. 61.

⁵³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h. 531.

(cacat) barang dagangannya, seandainya memang ada aibnya, demi memenuhi hak seseorang muslim dalam konsep nasihat.

Namun demikian, sebagian pebisnis ada yang sangat berat untuk menjelaskan aib yang terdapat dalam barang dagangan mereka. Dalam keyakinan mereka, juga menjelaskan aib yang ada pada barang dagangannya itu hanya akan merusak dan menghancurkan perdagangannya. Akan tetapi orang yang komitmen terhadap ajaran-ajaran agamanya, tentu dia akan menyerahkan permasalahannya kepada Tuhan, dia tidak menghendaki kecuali apa yang diridhaioleh Allah.

Menyamarkan aib lalu mengedarkannya tidak akan menambah rezeki, akan tetapi akan menghapus dan menghilangkan berkahnya. Harta benda tidak akan bertambah dengan cara khianat, sebagaimana tidak akan berkurang karena jujur.

3. Toleransi

Toleransi adalah kunci rezeki dan jalan kehidupan yang mapan. Diantara manfaat toleransi adalah mudah berinteraksi, mempermudah muamalah, dan mempercepat berputarnya modal. Rasulullah Saw. bersabda sebagai berikut.

رَحِمَ اللَّهُ رَجُلًا سَمَحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى⁵⁴

⁵⁴Ringkasan Shahih Bukhari II; M. Nashiruddin al-Albani, Penerjemah: Abdul Hayyie al-Kattani, dan A. Ikhwan, Lc (cet. 1) Jakarta: Gema Insani Press, 2007.

Artinya: “Allah mengasihi seseorang yang toleran ketika berdagang, ketika membeli, dan ketika meminta haknya.”⁵⁵

Diantara bentuk toleransi adalah mempermudah dalam jual beli. Seorang pedagang tidak mempermahal harga barang dagangannya agar tidak menganiaya saudaranya yang seagama dan tidak mempersulit kehidupannya.

Di antara bentuk toleransi yang lain adalah seorang pebisnis harus mempunyai komitmen untuk memelihara hak-hak para *partnernya*.

4. Memenuhi akad dan janji

Islam memerintahkan umatnya untuk memenuhi hak, menghormati janji dan seluruh kesepakatan lainnya. Allah Swt. Dalam Qs. Al-Maidah ayat 1 sebagai berikut.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad.”⁵⁶

Agar seorang pebisnis bisa memenuhi segala perjanjian yang telah disepakatinya, maka ia harus menjauhi lemahnya ingatan serta melemahnya semangat. Al-Quran telah menyebutkan kenyataan tersebut melalui perjanjian yang ditetapkan oleh Allah Swt. Kepada Nabi Adam A.s, agar tidak mendekati pohon yang dilarang, akan tetapi

⁵⁵ Asraf Muhammad Dawwabah, *Op.Cit.* h. 72.

⁵⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h. 106.

dia lupa dan lemah. Sebagaimana firman Allah dalam Qs. At-Thaha ayat 115 sebagai berikut.

وَلَقَدْ عَهِدْنَا إِلَىٰ آدَمَ مِن قَبْلُ فَنَسِيَ وَلَمْ نَجِدْ لَهُ عَزْمًا ﴿١١٥﴾

Artinya: *“Dan sungguh telah Kami pesankan kepada Adam dahulu, tetapi dia lupa, dan Kami tidak dapati kemauan yang kuat padanya.”*⁵⁷

Islam menganjurkan umatnya untuk memenuhi akad selama tidak bertentangan dengan syariat pada saat disahkan, dengan menjauhi faktor-faktor yang dapat membuat dirinya lupa dan melemahnya semangat. Cara untuk menetapkan akad dalam Islam beraneka ragam, sehingga mencakup akad secara tertulis, seperti dalam firman Allah dalam Qs. Al-Baqarah ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu melakukan utang-piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.”*⁵⁸

Penetapan, penulisan, persaksian, pengambilan ganransi untuk melindungi akad merupakan sebuah keharusan demi stabilitas

⁵⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h.320.

⁵⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema), h. 48.

transaksi, memenuhi hak, dan mencegah pintu percekcoakan dan perselisihan antar pihak-pihak yang terkait. Allah mengecualikan perdagangan tunai, yang tidak diharuskan akad secara tertulis untuk mempermudah kepada para pebisnis dalam melakukan transaksi, karena perdagangan tunai berlangsung dalam waktu yang singkat. As-Sarkhasi berkata, *“Di balik anjuran untuk melakukan akad secara tertulis terdapat beberapa hikmah”*, diantaranya :

- a. Memelihara harta, seperti mencegah perselisihan di antara dua pihak yang melakukan transaksi.
- b. Menghindari akad yang rusak.
- c. Menghilangkan keraguan.
- d. Mengingat dengan benar.⁵⁹

⁵⁹*Ibid.* h. 88.

BAB III

JUAL BELI *FOLLOWER, LIKES* DAN *VIEWER*

A. Gambaran Umum Media Sosial Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial yang terbilang populer untuk saat ini, yang layanannya terfokus pada media berbagi foto dan video. Tidak hanya foto dan video, kini instagram memiliki aplikasi yang memudahkan penggunanya melakukan siaran langsung (*live*), seperti laporan ditelevisi atau video singkat yang bernama *Snapgram*. Instagram juga memudahkan penggunanya untuk saling mengirim pesan, memberikan *like*, maupun berinteraksi melalui kolom komentar yang telah tersedia. Menurut data MAU (*Monthly Active User*) yang dilansir dalam DailySocial, pengguna instagram di Indonesia telah mencapai 22 juta. Sementara itu, berdasarkan riset emarketer, instagram menduduki peringkat ke-2 sebagai pengguna media sosial terbanyak setelah facebook. Dengan berbagai keunggulan yang ditawarkan, tidak heran jika pengguna instagram telah mengalami peningkatan yang cukup pesat.¹

Instagram merupakan aplikasi gratis untuk berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto dan selanjutnya berbagi pada layanan jejaring sosial. Media sosial ini hadir sebagai situs komunitas sosial terbesar di dunia, dimana pengguna dapat berinteraksi dengan teman lainnya di daerah atau negara lain dengan dapat melihat

¹ Muhamad Fadhol Tamimy, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, (Jakarta: Visimedia, 2017), h. 172.

foto yang di posting oleh pengguna. Berbagai macam peluang bisnis, informasi bisnis, strategi marketing suatu produk bisa dijumpai dalam setiap update instagram para penggunanya. Instagram telah menjadi suatu fenomena sendiri dikalangan pengguna media sosial khususnya remaja. Walaupun banyak media sosial yang lain sering digunakan oleh kalangan remaja tetapi instagram sendiri tidak kalah populernya. Karena instagram ini sendiri merupakan media sosial pertama bergerak khususnya dalam bidang foto. Dibandingkan dengan media sosial lainnya, instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto. Ketika bahasa visual mendominasi dunia internet, dari situlah para pelaku bisnis bisa memanfaatkan peluang yang terhampar di depan mata.

Fenomena lainnya yang sangat menarik dari instagram adalah bagaimana kebanyakan orang tertarik untuk mempopulerkan akun mereka. Tujuannya adalah memperoleh jumlah *follower* sebanyak-banyaknya. Metode ini sebenarnya sama persis dengan twitter yang menghasilkan banyak *selebtwit* di Indonesia. Begitu pula dengan dunia instagram yang melahirkan sejumlah seleb dengan ribuan bahkan jutaan follower. Ketika seseorang sudah punya banyak *follower*, secara otomatis ia punya reputasi sehingga menarik minat dari sejumlah *vendor* untuk memasang iklan di akun instagram mereka. Itulah yang disebut sebagai

buzzer yang mampu mendulang banyak keuntungan yang berawal dari hobi postingan di instagram atau media sosial lainnya.²

Seorang *entrepreneur* atau pengusaha online sangat bisa menggunakan instagram sebagai media pemasaran produk yang dijual. Alasannya, instagram adalah salah satu aplikasi yang menjanjikan untuk dijadikan senjata dalam *content strategy*. Selain itu, foto atau gambar termasuk dalam kategori konten yang paling *appealing* buat pelanggan, baik itu yang menjual produk, maupun yang menawarkan jasa.

Kesenangan yang didapat pengguna instagram adalah di saat pengguna lain melihat fotonya dan berinteraksi, atau pengguna melihat pengguna lain melihat fotonya dan memberi komentar atau sekedar memberi “hati”. Interaksi-interaksi yang disediakan oleh instagram itu membuat para pengguna mampu membangun lingkaran sosial dengan mengikuti posting pengguna tertentu yang disukai, berinteraksi, dan lebih jauh lagi, berkolaborasi untuk menghasilkan foto yang bagus.³

Hingga saat ini, instagram telah memiliki sejumlah fitur yang dapat digunakan penggunanya, yaitu sebagai berikut.

1. *Live* (siaran langsung), yaitu fitur baru unggulan instagram yang dapat digunakan penggunanya untuk melakukan siaran secara langsung

²Ariestya Ayu Pratama, “Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram” (Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga, Surabaya).

³Dian Innes Anjaskara, Skripsi “Pengaruh Sikap pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram,” (Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2016), h. 10.

serta berbagi mengenai aktivitas atau kegiatan apa saja yang sedang di lakukan.

2. *Instagram Story*, fitur yang digunakan untuk mengunggah foto atau video singkat mengenai kegiatan sehari-hari yang sifatnya sementara, pembaruan foto atau video tersebut akan hilang dengan sendirinya ketika waktu pengunggahannya sudah melampaui batas waktu 24 jam.
3. *Like* , yaitu sebuah fitur yang dapat digunakan pengguna instagram untuk memberi apresiasi sebagai bentuk rasa suka terhadap postingan pengguna instagram lainnya. Like di instagram disimbolkan dengan ikon berbentuk “hati”.
4. *Comment* , yaitu sebuah fitur yang dapat digunakan untuk mengomentari postingan pengguna instagram lainnya.
5. *Face filter*, yaitu fitur instagram yang dapat memberikan efek “lucu” saat kamera menghadap ke wajah seseorang.
6. *Rewind*, yaitu fitur yang berfungsi untuk memutar balik video yang yang di buat melalui *instagram story*. Fitur tersebut akan memutar rekaman dari bagian paling akhir ke bagian awal.
7. *Boomerang*, adalah fitur yang digunakan untuk mengulang-ulang gerakan saat membuat video di *instagram story*.
8. Simpan atau *Bookmark*, yaitu fitur yang digunakan untuk meyimpan foto atau video di instagram untuk dapat di lihat kembali di lain waktu.

9. *Direct Message*, yaitu fitur yang dapat digunakan untuk mengirim pesan antar sesama pengguna instagram.
10. *Super Zoom*, yaitu fitur terbaru instagram yang digunakan untuk memperbesar objek video yang disertai dengan suara. Serta masih banyak fitur-fitur lain yang sangat bermanfaat dan menghibur bagi pengguna instagram.

B. Jual Beli di Dunia Maya (*E-commerce*)

E-commerce atau transaksi elektronik merupakan transaksi yang dilakukan menggunakan sistem informasi. *Electronic commerce (e-commerce)* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers*, dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan computer (*computer network*) yaitu internet. *E-commerce* sudah meliputi spectrum kegiatan komersial. Saat ini transaksi dalam *E-commerce* hampir seluruhnya dikerjakan menggunakan teknologi berbasis web. Istilah *E-commerce* mengacu pada sebuah transaksi yang dilakukan melalui sebuah media elektronika seperti internet, yang meliputi web, internet, dan extranet.⁴ *E-commerce* merupakan salah satu implementasi dari bisnis *online*. Berbicara mengenai bisnis *online* tidak terlepas dari transaksi, seperti jual beli via internet.

Pada zaman yang serba canggih ini, berbagai model transaksi jual beli sudah berkembang sangat pesat. Cara transaksi juga menggunakan

⁴Imam Mustofa, "*Transaksi Elektronik (E-commerce) dalam perspektif Fiqih*", jurnal Hukum Islam, (Pekalongan: STAIN Pekalongan, Volume 10, No.2, Desember 2012), h. 159-160.

berbagai sarana yang ada dalam dunia maya. Transaksi di dunia maya umumnya menggunakan media sosial, seperti *instagram*, *twitter*, *facebook* dan media sosial lainnya. Dalam transaksi di dunia maya, antara para pihak yang bertransaksi tidak bertemu langsung, baik secara audio maupun audio visual. Selain itu, komunikasi antara keduanya dapat melalui tulisan, seperti *DM (Direct Message)* via *Instagram*, chatt melalui *whatsapp*, *line* dan sosial media lainnya.

Jual beli melalui media elektronik adalah transaksi jual beli yang dilakukan via teknologi modern sebagaimana disebutkan keabsahannya tergantung pada terpenuhi atau tidaknya rukun dan syarat yang berlaku dalam jual beli. Apabila rukun dan syarat terpenuhi maka transaksi semacam ini sah. Sah sebagai sebuah transaksi yang mengikat, dan sebaliknya, apabila tidak terpenuhi maka tidak sah.⁵

Bagi seorang konsumen Bertransaksi dengan menggunakan sistem *E-commerce* mempunyai beberapa kelebihan dan kelemahan diantaranya adalah sebagai berikut:⁶

1. Kelebihan *E-commerce*

a. Akses penuh 24 jam/ 7 hari

Konsumen dapat berbelanja atau mengolah berbagai transaksi lain dalam 24 jam sepanjang hari, sepanjang tahun di sebagian

⁵*Ibid.* h. 170-171.

⁶Putra Kalbuadi, “Jual beli online dengan menggunakan sistem *dropshipping* menurut sudut pandang akad jual beli Islam”, Skripsi, (Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah, 2015), h. 45-47.

besar lokasi. Contohnya memeriksa saldo, membuat pembayaran, dan memperoleh informasi lainnya.

b. Lebih banyak pilihan

Konsumen tidak hanya memiliki sekumpulan produk yang bisa dipilih, namun juga daftar supplier internasional sehingga konsumen memiliki pilihan produk yang lebih banyak.

c. Perbandingan harga

Konsumen dapat berbelanja di seluruh dunia dan membandingkan harganya dengan mengunjungi berbagai situs yang berbeda atau dengan mengunjungi sebuah website tunggal yang menampilkan berbagai harga dari sejumlah provider.

d. Proses pengantaran produk yang inovatif

Dengan *E-commerce* proses pengantaran produk menjadi lebih mudah, misalnya dalam kasus produk elektronik misalnya software atau berkas audio visual dimana konsumen dapat memperoleh produk tersebut cukup dengan mengunduhnya melalui internet.

2. Kekurangan *E-commerce*

a. Perlunya keahlian computer

Tanpa menguasai keahlian computer, mustahil konsumen dapat berpartisipasi dalam *E-commerce*. Pengetahuan dasar computer diperlukan, antara lain pengetahuan mengenai internet dan web.

b. Biaya tambahan untuk mengakses internet

Untuk ikut serta dalam *E-commerce* dibutuhkan koneksi internet yang tentu saja menambah pos pengeluaran bagi konsumen.

c. Berkurangnya waktu untuk berinteraksi secara langsung dengan orang lain

Transaksi *E-commerce* yang berlangsung secara *online* telah mengurangi waktu konsumen untuk dapat melakukan proses sosial dengan orang lain. Hal ini tidak baik karena dikhawatirkan akan dapat mengurangi rasa kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya.

d. Berkurangnya rasa kepercayaan konsumen

Hal ini disebabkan karena antara penjual dan konsumen berkomunikasi hanya melalui computer.

C. Gambaran Umum Jual Beli *Follower*, *Likes* dan *Viewer*

Begitu populernya penggunaan media sosial saat ini, menjadi lahan yang menarik untuk digunakan di beragam segmentasi. Di antaranya, dari hal yang sifatnya terbatas pada interaksi dan komunikasi, hingga penggunaan sisi komersil diri. Setiap pengguna media sosial yang berhasil menampilkan sisi menarik dan membuat “penasaran” pengguna lain, pada akhirnya memiliki beberapa keuntungan dan posisi daya tawar tinggi dalam status sosial di masyarakat. Salah satunya adalah potensi untuk menjadi seorang *influecer* atau orang yang dapat memberikan pengaruh kepada orang lain. Dengan pemanfaatan yang tepat, pengguna media sosial memiliki posisi atau derajat tinggi di mata pengguna lain.

Segala informasi yang diunggah dan dibagikan, seperti status dan foto, akan dapat menarik perhatian dan memberi banyak *feedback* berupa ikon *like*, emotikon, komentar, atau *share* yang berpotensi menjadi viral.⁷

Saat ini, media sosial menjadi sebuah wadah baru yang digunakan oleh banyak orang dari berbagai kalangan. Dari anak kecil, remaja, hingga usia dewasa dengan beragam profesi menggunakannya. Akibatnya, tidak jarang media sosial menjadi tempat untuk menampilkan *personal branding* maupun ajang sosialisasi. Media sosial tidak ubahnya sebagai tempat beradu gengsi bagi generasi masa kini.

Salah satu yang menjadi gengsi dalam menggunakan media sosial adalah jumlah ikon *like*, *share*, *viewer* video, komentar anggota pertemanan, serta *follower*. Bagi generasi masa kini, keseimbangan impian antara *following* (teman atau akun yang diikuti) dan *follower* (teman atau akun yang mengikuti) adalah saat jumlah *follower* lebih banyak dibanding dengan *following*. Oleh karena itu, banyak pengguna media sosial yang mencari cara agar mendapatkan jumlah *follower* lebih besar dengan cara yang instan.⁸ Salah satu cara instan yang banyak digunakan adalah dengan membeli *follower*. Bahkan saat ini tidak hanya *follower* saja yang di perjualbelikan, tetapi ada juga *like* foto serta *viewer* video instagram.

Menurut sosiolog bidang jejaring sosial Roby Muhamad, Ph.D, saat ini generasi *milenial* membutuhkan pengakuan dan perhatian di

⁷ Muhamad Fadhol Tamimy, *Op. Cit.*, h.

⁸ *Ibid*, h. 37-38.

media sosial. Salah satu bentuk untuk mendapatkannya adalah dengan memiliki banyak pengikut. Peluang ini menjadikan terbentuknya *market* atau jual beli follower. Lebih lanjut dosen Psikologi Universitas Indonesia tersebut menjelaskan bahwa perilaku generasi *milenial* yang gemar membeli pengikut di media sosial itu perlu di pertanyakan tujuannya. Bila tujuannya hanya untuk mendapatkan pengakuan dan perhatian sebaiknya membuka pertemanan yang *real*.⁹

Hal-hal seperti yang telah dikemukakan di ataslah yang menjadi latar belakang munculnya jual beli *follower*, *likes*, serta *viewer*. Sehingga saat ini tidaklah sulit menemukan online shop yang menawarkan *follower*, *likes* bahkan *viewer* di media sosial instagram.

Kegiatan membeli *follower*, *likes*, serta *viewer* memang bukanlah suatu kegiatan yang dilarang, tetapi hal ini bisa menjadi suatu perbuatan yang tidak baik apabila tujuan membeli adalah untuk mengubah pemikiran seseorang konsumen. Sebagai contoh bila seseorang mempunyai toko online shop kemudian pemiliknya membeli *follower* untuk akun tersebut, secara otomatis online shop tersebut terkesan memiliki banyak pelanggan serta peminat padahal pada kenyataannya tidak seperti itu.

Padahal ada begitu banyak cara agar akun instagram memiliki banyak follower tanpa harus membeli. Berikut ini cara menambah *follower*

⁹Umi Septia, Artikel Liputan 6 “*Banyak Generasi Milenial Senang Beli Follower, Kenapa Ya?*”, (Jakarta: terbit pada tanggal 03 November 2017).

di media sosial agar kepercayaan diri, *personal brand*, hingga nilai diri meningkat di tengah masyarakat.

1. Membuat konten yang berbobot dan bermanfaat

Konten adalah salah satu hal penting yang harus hadir di media sosial.¹⁰ Oleh karena itu seseorang yang ingin mendapat nilai lebih dari masyarakat harus mampu membuat konten yang baik dan bermanfaat. Misalnya, membuat konten yang berhubungan dengan karya-karya ilmiah seperti puisi, pantun atau karya ilmiah yang lain yang dapat menyentuh hati para pembacanya.

Konten seperti itu akan sangat menarik, sehingga dapat membuat banyak pengguna media sosial *mem-follow*. Membuat konten berbobot yang sesuai bidang tertentu juga akan membuat diri seseorang dikenal sebagai seorang yang ahli dalam bidang tersebut.

2. Sering meng-update akun media sosial

Dengan sering melakukan update di akun media sosial, *follower* akan senang melihat posting-an yang berkualitas setiap saat dan cenderung setia untuk terus mengikuti. Update yang dimaksud tidak hanya memposting status, tetapi juga mengunggah foto, memposting tulisan atau informasi, memberikan ikon like dan komentar di posting-an orang lain, hingga memperbarui info profil.

¹⁰Ibid, h. 38.

3. Ikut serta dalam perbincangan di media sosial

Perbincangan hangat tentang sebuah topic di grup maupun *fanpage* sering kali kita jumpai di media sosial. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah *follower* adalah dengan aktif di perbincangan grup maupun *fanpage* tersebut. Misalnya, sebuah grup atau *fanpage* sedang membahas tentang masalah sosial berupa tawuran remaja. Disitulah dapat ikut serta memberikan tanggapan atau komentar.

4. Membagikan karya secara gratis

Membuat karya, misalnya berupa artikel atau konten video yang disumbangkan secara gratis di berbagai *fanpage* besar akan memberikan pengaruh positif. Selain mengasah kemampuan menulis, juga akan mendapatkan *feedback* berupa pencantuman nama akun media sosial. Dengan begitu, akan memberikan peluang untuk meningkatkan jumlah *follower*.

5. *Follow* dulu sebelum di-*follow*

Follow sebanyak-banyaknya akun instagram yang diinginkan. Jika seseorang yang di-*follow* tersebut tertarik, maka lambat laun mereka juga akan mem-*followback*.

6. Gunakan *Hashtag*

Sertakan *hashtag* yang sedang menjadi trend disetiap meng-*upload* gambar atau video menarik. Contohnya jika memposting gambar makanan, sertakan *hashtag* #Makanan, #Kuliner, #Jajanan, atau yang

lainnya.¹¹ Langkah ini dimaksudkan agar mereka tahu bahwa akun kita mempunyai sesuatu yang menarik di Instagram dan jangan lupa *followback* akun-akun tersebut.

7. Membuat *Feeds* Menarik

Feeds adalah tema atau tata letak susunan foto di galeri instagram pemilik akun. Dengan membuat *feeds* yang kreatif maka akan menarik minat orang lain untuk mem-*follow*.

8. Kualitas dan Kejujuran

Bagi pemilik online shop kualitas serta kejujuran adalah kunci utama menarik konsumen atau pelanggan. Kualitas yang di maksud adalah kualitas barang yang di jual sedangkan kejujuran maksudnya adalah mengupload foto barang yang dijual sesuai dengan barang aslinya, sehingga tidak akan mengecewakan pembeli.

D. Praktik Jual Beli *Follower*, *Likes*, dan *Viewer*

Perkembangan teknologi saat ini membuat segala aktivitas menjadi lebih instan dan mudah, tak terkecuali dalam hal ber-sosial media khususnya instagram. Pada saat ini banyak pengguna instagram yang terkenal karena akun media sosialnya tersebut banyak yang mengikutinya, bahkan hal yang terjadi baru-baru ini adalah pengelola instagram di Indonesia memberikan sebuah penghargaan atau *award* kepada *publik figure* dengan kategori-kategori tertentu, salah satunya yaitu kategori *follower* terbanyak. *Award* tersebut dimenangkan oleh artis

¹¹ August Irawan, *101 Amazing Sales Ideas*, (Yogyakarta: Quadrant, 2017), h. 46.

Ayu ting-ting yaitu dengan jumlah *follower* 21,1 juta *follower*.¹² Karena fenomena tersebutlah kini banyak pengguna sosial media instagram yang berlomba-lomba untuk membuat media sosialnya menjadi semenarik mungkin agar banyak mendatangkan *follower*. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang memilih cara instan untuk mendapatkannya yaitu dengan membeli *follower*.

Keberadaan penjual *follower*, *likes* dan *viewer* kini sangat mudah di temukan di instagram, ini dikarenakan begitu banyaknya peminat serta orang yang membutuhkannya, baik untuk sarana promosi toko online atau offlinenya ataupun hanya sekedar untuk mempopulerkan dirinya sendiri di kalangan pengguna instagram lainnya.

Transaksi yang dilakukan dalam jual beli *follower* ini sebenarnya sama dengan transaksi pada umumnya yaitu adanya penjual, pembeli, objek yang diperjual belikan. Dalam hal jual beli *follower*, ada dua macam yang di tawarkan yaitu *follower* aktif dan *follower pasif*. *Follower* aktif adalah akun yang masih aktif digunakan untuk melakukan aktivitas-aktivitas yang ada di dalam instagram, seperti mem-*follow*, meng-*unfollow*, *comment*, *like*, atau yang lainnya. Sedangkan *follower* pasif adalah akun yang sudah atau tidak di gunakan lagi oleh pemiliknya. Biasanya *follower pasif* tersebut adalah akun milik orang-orang luar negeri.

¹²Septika Shidqiyyah, Artikel Brilio.net, “Kalahkan Syahrini, Ayu Ting Ting Raih Penghargaan dari Instagram” (Brilio.net : diterbitkan pada tanggal 27 Juli 2017).

Setiap penjual menawarkan berbagai macam varian harga, berikut ini adalah harga *follower*, *likes* dan *viewer* di instagram, yaitu sebagai berikut.¹³

No.	Nama Produk yang Ditawarkan	Harga
1.	100 Follower aktif	Rp 20.000,00
2.	100 Follower pasif	Rp 10.000,00
3.	100 Like aktif	Rp 10.000,00
4.	100 viewer instagram	Rp 5.000,00

Dan untuk pembayarannya dilakukan dengan mentransfer uang tunai langsung ke nomor rekening yang telah ditentukan oleh penjual ataupun dibayar dengan menggunakan pulsa operator.

Ada berbagai cara yang digunakan penjual dalam memperoleh *follower*, *likes* dan *viewer*, salah satunya adalah dengan meminta *username* serta *password* akun yang akan di tambah *followernya*. Kemudian ia (penjual) mem-*follow* sebanyak mungkin akun-akun instagram dengan menggunakan *username* serta *password* milik pembeli. Dari akun-akun yang sudah di *follow* tersebut, penjual berharap mereka

¹³Di akses dari akun instagram yang menjual *follower*, *likes* dan *viewer* yaitu pada akun @Sosmedlampung pada tanggal 4 Desember 2017.

akan melakukan *followback*. Hal inilah yang menjadi perhitungan *achievement* dari jasa mereka. Setelah selesai proses penambahan *follower*, hasilnya ada tambahan lebih dari 500 *follower* baru di akun tersebut. Kemudian si penjual atau penyedia jasa penambah *follower* tersebut menawarkan untuk meng-*unfollow* semua akun yang sebelumnya sudah di *follow*. Jasa penambah *follower* tersebut bisa mendapatkan uang karena berhasil melihat peluang yang didapatkan dari perilaku orang Indonesia dalam menggunakan media sosial, yaitu “kalau sudah di *follow* ya harus *follow* balik dong”, prinsip inilah yang sangat membantu para penjual *follower* dalam memperoleh keuntungan.¹⁴

Cara lain yang digunakan oleh penjual dalam memperoleh *follower*, *likes* dan *viewer* adalah dengan menggunakan aplikasi hublaagram. Untuk mendapatkan aplikasi penambah *follower* tersebut terlebih dahulu membeli kepada agen-agen penjual *follower*.

Langkah-langkah yang dilakukan penjual untuk *log in* adalah sebagai berikut:

1. Langkah yang pertama adalah memasukkan *username* dan *password*
2. Tahap selanjutnya yaitu memasukkan *security code* yang sudah ditentukan

¹⁴Diakses dari revo.id/kepow/kepow-jasa-penambah-followers-instagram pada tanggal 5 Desember 2017.

3. Setelah berhasil *log in* maka tahap berikutnya adalah memilih apa yang akan ditambahkan di akun pembeli, apakah *follower*, *likes* atau *comment*.

Follower yang diperoleh dari aplikasi tersebut yaitu berasal dari akun orang yang telah berlangganan dengan aplikasi *hublaagram* dan juga *akun bot* yang di masukkan kedalam aplikasi. Biasanya orang yang berlangganan tersebut adalah orang-orang yang menjual *follower*. Dalam hal berlangganan ada yang membayar dan ada juga yang gratis. Bila berlangganan serta membayar, keuntungannya yaitu bisa mendapatkan 1000 *follower* dalam sekali pemakaian aplikasi tersebut. Dan apabila gratis hanya bisa mendapatkan 100 *follower* dalam sekali pemakaian.¹⁵

¹⁵Wawancara dengan pemilik akun instagram @SosmedLampung, pada tanggal 13 Desember 2017.

BAB IV

ANALISA DATA

A. Model Jual Beli *Follower, Likes, dan Viewer* di Media Sosial Instagram

Jual beli *follower, likes* dan *viewer* adalah suatu model perdagangan baru yang terjadi dikalangan pengguna media sosial, khususnya instagram. Bentuk jual beli ini tidak jauh berbeda dengan jual beli online lainnya yaitu dengan melakukan pemesanan barang terlebih dahulu, pemesanan dapat dilakukan dengan menghubungi akun instagram penjual *follower, likes* dan *viewer*. Setelah melakukan pemesanan dan telah dikonfirmasi oleh penjual, hal selanjutnya adalah melakukan pembayaran terlebih dahulu kemudian transaksi baru akan diproses oleh penjual. Jangka waktu pemrosesan yaitu antara satu hingga dua hari sesuai dengan jumlah *follower* yang dibeli. Dalam jangka waktu tersebut penjual bekerja dengan menggunakan aplikasi dan menambahkan *follower, likes* atau *viewer* secara bertahap, hingga memenuhi pesanan pembeli. Bagi penjual yang sudah berlangganan dengan aplikasi penambah *follower* tersebut dan menggunakan versi berbayar, maka dapat menambahkan 1000 *follower* dalam sekali pemakaiannya, tetapi bagi penjual yang berlangganan aplikasi tersebut namun tidak menggunakan

versi berbayar maka hanya dapat menambahkan 100 *follower* dalam sekali pemakaiannya.¹

Pada praktiknya, proses penyerahan barang dilakukan tidak dengan bertemu secara langsung antara penjual dan pembeli karena menambahkan *follower*, *likes*, dan *viewer* dilakukan melalui media sosial sehingga tidak memerlukan tatap muka antar keduanya. Sedangkan pada transaksi pembayarannya dilakukan dengan mentransfer sejumlah uang ke rekening penjual atau membayarnya dengan pulsa operator.

Pembeli menyadari bahwa transaksi yang dilakukan tersebut tidak mengandung manfaat lain kecuali hanya untuk memenuhi kebutuhan zaman (mengikuti *trend*) semata. Jadi dalam hal jual beli *follower*, *likes*, maupun *viewer* ini tidak ada unsur pemaksaan didalamnya, hal ini telah sesuai dengan dasar hukum jual beli yang terdapat dalam suratan-Nisa ayat 29. Termasuk konsekuensi yang akan ditanggung oleh pembeli, karena pada dasarnya penjual bersedia menjelaskan apabila pembeli tersebut meminta penjelasan terlebih dahulu mengenai tipe-tipe *follower* dan konsekuensi yang akan ditanggungnya dikemudian. Sebagai contoh, bila membeli *follower* aktif, konsekuensi yang akan diterimanya adalah *follower* tersebut bisa saja meng-*unfollow*, yang mengakibatkan *followernya* akan berkurang.

¹Wawancara dengan pemilik akun instagram@SosmedLampung pada tanggal 13

Dalam jual beli ini objek yang diperjualbelikan adalah berupa penambahan *follower*, dimana akun instagram yang nantinya akan dijual sebagai *follower* adalah bukan milik dari penjual. Hal ini menyebabkan *follower* tersebut dapat meng-*unfollow* sewaktu-sewaktu akun pembeli, sehingga akan menyebabkan kerugian bagi pembeli itu sendiri, baik yang bertujuan sebagai sarana promosi, menaikkan *personal branding*, ataupun hanya sekedar ingin mempopulerkan diri. Berkaitan dengan fenomena diatas maka tidak sesuai dengan syarat objek jual beli bahwa barang yang dijadikan objek transaksi merupakan milik sendiri. Maka tidaklah sah menjual barang orang lain dengan tidak se-izin pemiliknya atau barang-barang yang baru akan menjadi miliknya. Hal ini juga termasuk kedalam jual beli yang dilarang dalam Islam yaitu jual beli *fudhûl*. Jual beli *fudhûl* adalah jual beli milik orang lain tanpa seizin pemiliknya. Menurut ulama Hanafiyah dan Malikiyah, jual beli tersebut ditanggihkan sampai ada izin pemilik. Begitu juga bila dilihat dari segi prinsip muamalah yaitu unsur mendatangkan manfaat serta menghindarkan mudharat, jual beli ini tetap ada manfaatnya namun bersifat fiktif, bersifat fiktif yang dimaksud adalah karena *follower*, *likes* dan *viewer* tersebut diperoleh secara *instan* yaitu dengan membeli, padahal biasanya seseorang itu disukai banyak orang karena karyanya, dan juga ada sesuatu yang menarik dari diri orang tersebut. Contoh nyatanya adalah para selebriti yang memang mempunyai karya dan disukai banyak orang maka tidak heran jika *follower*, *likes* dan *viewer* di media sosial instagramnya banyak dan nyata adanya, bukan karena membeli. Sedangkan manfaat dari membeli *follower*, *likes* dan *viewer* ini yaitu

sebagai sarana promosi bisnis *online*, menaikkan *personal branding*, untuk bersosialisasi dan untuk mempopulerkan diri.

B. Hukum Islam tentang Jual Beli *Follower, Likes, dan Viewer* di Media Sosial Instagram

Orang yang terjun ke dunia usaha, berkewajiban mengetahui hal-hal yang dapat mengakibatkan jual beli itu sah atau tidak (*fasid*). Ini dimaksudkan agar mu'amalah berjalan sah dan segala sikap dan tindakannya jauh dari kerusakan yang tidak dibenarkan. Tak sedikit kaum muslimin yang mengabaikan mempelajari mu'amalah, mereka melalaikan aspek ini, sehingga tak peduli kalau mereka memakan barang haram, sekalipun semakin hari usahanya kian meningkat dan keuntungan semakin banyak. Sikap semacam ini merupakan kesalahan besar yang harus diupayakan pencegahannya, agar semua orang yang terjun ke dunia ini dapat membedakan ; mana yang boleh dan baik dan menjauhkan diri dari segala yang *syubhat* sedapat mungkin.²

Prinsip dalam muamalah adalah setiap muslim bebas melakukan apa saja yang dikehendaknya sepanjang tidak dilarang oleh Allah berdasarkan Al-qur'an dan As-Sunah dan prinsip muamalah lainnya adalah mesti halal dan bukan berbisnis barang-barang yang diharamkan oleh Islam. Islam memerintahkan pemeluknya untuk melaksanakan hal-hal

²Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah 12*, (Bandung: Alma'arif, 1993), h. 46.

yang baik dan menghindari hal-hal yang dibenci Allah. Dalam perdagangan tidak dibenarkan memperjualbelikan atau melakukan tindakan haram.³

Islam telah menggariskan sejumlah barang atau komoditas yang halal dan yang tidak halal. Disini manusia dihadapkan pada pilihan untuk menggunakan, memanfaatkan semua yang halal bagi kepentingan bisnisnya, preferensi seseorang dalam Islam bukan sekedar ditentukan oleh *utility* semata, tetapi oleh apa yang disebut sebagai maslahat dengan tanpa meninggalkan aspek rasionalitas.⁴

Dalam transaksi jual beli ada rukun dan syarat yang harus dipenuhi agar suatu jual beli tersebut dianggap sah, yaitu: *sighat* (ijab qabul), Orang yang berakad, Objek akad.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa rukun jual beli dari bisnis jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* adalah sebagai berikut:

1. Ijab qabul, dilaksanakan pada saat pembeli memesan *follower/ likes/ viewer* kepada penjual, lalu penjual bersedia menambahkan *follower/ likes/ viewer* pada akun yang diinginkan oleh pembeli.
2. Orang yang berakad, yaitu adanya pihak pembeli dan penjual *follower*, *likes*, dan *viewer*.
3. Objek akad, Dalam jual beli tersebut, objek akad yang di perjual belikan adalah *follower*, *likes* dan *viewer*.

³Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Sinar grafika, 2013), h. 156.

⁴Ibid, h. 157.

Adapun mengenai syarat sahnya jual beli sebagaimana telah diuraikan pada bab ii, bahwa ada beberapa syarat dalam jual beli yang harus terpenuhi.

Dari uraian yang telah di sebutkan pada bab ii, maka jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* ini tidaklah sah karena tidak memenuhi salah satu dari beberapa syarat dalam jual beli, yaitu mengenai syarat objek transaksi harus dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya serta tidak menimbulkan kerusakan dan objek jual beli haruslah kepemilikan penuh penjual. Dalam jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* yang dijual merupakan objek barang yang tidak dimiliki secara penuh oleh penjual, karena *follower*, *likes*, dan *viewer* yang dijualnya tersebut bersifat sementara dimana pemilik akun bisa meng-*unfollow* kapan saja ketika akunnya tersebut telah mem-*follow* orang secara otomatis dan ketika dia (pemilik akun) menyadari telah mem-*follow* orang yang tidak disukai ataupun kurang menarik maka dia bisa meng-*unfollow*nya. Bila dilihat dari segi kemanfaatannya, jual beli ini tidak mengandung manfaat, sebaliknya yaitu lebih banyak mengandung kemudharatan di dalamnya.

Adapun jenis akad yang digunakan adalah akad jual beli salam. Jual beli salam adalah menjual suatu barang yang penyerahannya ditunda, atau menjual suatu barang yang ciri-cirinya disebutkan dengan jelas dengan pembayaran modal terlebih dahulu, sedangkan barangnya

diserahkan dikemudian hari.⁵ Dalam jual beli *follower*, *likes* dan *viewer*, pembeli melakukan pemesanan terlebih dahulu kepada penjual, dalam hal ini tidak terjadi tawar-menawar harga karena pada dasarnya penjual telah mencantumkan harga dalam promosinya/ iklannya/ postingannya di instagram, sehingga pembeli yang memesan, secara otomatis ia telah menyepakati harga yang telah ditentukan. Setelah memesan dan melakukan pembayaran, barulah penjual memproses apa yang diinginkan oleh pembeli, baik itu *follower*, *likes*, dan *viewer*.

Dalam jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* ketika seseorang itu bertujuan untuk menaikkan *personal branding*, bersosialisasi, bahkan mempopulerkan diri adalah sebuah kebolehan asal tidak bertentangan dengan syariat Islam, sesuai dengan prinsip muamalah yaitu “*Pada dasarnya, segala bentuk muamalah adalah boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya*”. Begitu juga ketika tujuan dari membeli *follower*, *likes* dan *viewer* tersebut untuk tujuan promosi yang sifatnya hanya memperkenalkan produknya terhadap konsumen maka hal tersebut adalah sesuatu yang normal dan biasa terjadi di dunia perdagangan online saat ini, karena pada dasarnya konsumenlah yang memilih dan menentukan untuk membeli atau tidak.

Namun, Selain dampak positif di atas ada beberapa hal yang harus di perhatikan dalam jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* ini, yaitu ketika

⁵M Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h. 143.

seseorang membeli *follower pasif*. Bahwa tujuannya adalah untuk kepentingan promosi dan juga *personal branding*, maka tujuan promosi tersebut tidak akan tercapai karena *follower pasif* yang dibelinya tidak dapat melakukan aktivitas apapun seperti menyukai postingan (*likes*), mengomentari foto, melihat video (*viewer*) dan lain sebagainya, karena pada dasarnya akun tersebut adalah akun yang sudah tidak digunakan lagi oleh pemiliknya. Sebaliknya ketika konsumen mengetahui bahwa *online shop* tersebut membeli *follower* dengan tujuan menarik minat beli konsumen, maka hal tersebut akan menurunkan reputasi serta tingkat kepercayaan konsumen terhadap *online shop* yang membeli *follower*. Dampak lainnya bagi masyarakat yaitu ketika masyarakat kurang teliti, maka ia akan tertipu dengan banyaknya jumlah *follower* pada akun instagram online shop tersebut.

Kerugian yang lainnya adalah apabila seseorang membeli *follower* aktif, maka konsekuensi yang akan ditanggungnya adalah *follower* yang di beli tersebut bisa saja meng-*unfollow*. Karena pada dasarnya *follower-follower* tersebut menyadari bahwa akunnya tersebut telah mem-*follow* orang yang mungkin tidak ia inginkan. Hal lainnya yang merugikan adalah ketika pembeli memesan *follower* aktif, namun yang terjadi adalah penjual mencampurnya dengan akun *follower pasif*.

Melihat fenomena diatas maka jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* pada dasarnya lebih banyak mendatangkan kemudharatan dari pada manfaat. Dalam hal ini bukan hanya pembeli yang merasakan kerugian

tetapi juga masyarakat umum yang kurang teliti. Karena bisa saja dia tertipu dengan banyaknya jumlah *follower*, *likes*, dan *viewer* padahal itu bukanlah *follower* asli dari akun instagram tersebut.

Hal tersebut dilarang di dalam Islam karena tidak sesuai dengan prinsip dasar muamalah yaitu unsur mendatangkan manfaat serta menghindari mudharat. Konsekuensi dari prinsip ini adalah bahwa segala bentuk muamalah yang dapat merusak atau mengganggu kehidupan masyarakat tidak dibenarkan dan juga karena jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* ini adalah suatu bentuk penipuan atau ketidakjujuran terhadap masyarakat (pembongkaran publik). Ia menipu dengan menjadikan akun instagramnya seakan-akan banyak penggemarnya (*follower*, *likes*, dan *viewer*) padahal pada faktanya tidak seperti itu. Hal tersebut tidaklah sesuai dengan konsep etika bisnis yaitu untuk berlaku jujur seperti yang sudah disebutkan di dalam bab ii. Hal ini hanya akan menjadikan jiwa tidak tenang karena kebohongan yang dilakukannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pembahasan mengenai mekanisme jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* beserta analisis hukum Islam telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, dengan demikian skripsi ini dapat disimpulkan:

1. Jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* merupakan model perdagangan baru dalam dunia jual beli. Dalam jual beli ini pada dasarnya pembeli melakukan pemesanan barang dan pembayaran terlebih dahulu, baru kemudian penjual memproses apa yang diinginkan oleh pembeli baik itu *follower*, *likes* maupun *viewer*. Ada berbagai cara yang dilakukan oleh penjual dalam memperoleh *follower*, *likes*, dan *viewer*. Salah satunya dengan menggunakan aplikasi *hublaagram*. Untuk mendapatkan aplikasi penambah *follower* tersebut terlebih dahulu membeli kepada agen-agen penjual *follower*. Cara kerja aplikasi *hublaagram* yaitu dengan memasukkan *username* dan *password* instagram. Tahap selanjutnya yaitu memasukkan *security code* yang sudah ditentukan. Setelah berhasil *log in* maka tahap berikutnya adalah memilih apa yang akan ditambahkan di akun pembeli, apakah *follower*, *likes* dan *viewer* atau *comment*. *Follower*, *likes*, *comment* yang diperoleh dari aplikasi tersebut yaitu berasal dari akun orang

yang telah berlangganan dengan aplikasi *hublaagram* dan juga akun *bot* yang di masukkan kedalam aplikasi.

2. Akad yang dilakukan dalam jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* ini tidaklah sah dan merupakan jual beli yang haram untuk dilakukan, karena tidak memenuhi beberapa ketentuan dalam jual beli seperti status kepemilikan objek dari penjual, maka jual beli *follower*, *likes* dan *viewer* ini adalah termasuk jual beli yang bathil. Begitu juga bila dilihat dari segi prinsip muamalah yaitu unsur mendatangkan manfaat serta menghindarkan mudharat, jual beli ini lebih banyak mendatangkan mudharat dari pada manfaat. Jual beli ini tetap ada manfaatnya namun bersifat fiktif, bahkan bisa mendatangkan mudharat karena ada unsur penipuan yang dapat merugikan pembeli, konsumen dan masyarakat umum.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran dari penyusun untuk pengguna media sosial instagram khususnya ditujukan kepada pihak-pihak yang melakukan jual beli *follower*, *likes*, dan *viewer* muslim sehingga dapat menjadi sarana bisnis yang dapat mensejahterakan masyarakat serta dapat menjadi penghasilan yang halal dan berkah dan dapat dikembangkan menjadi profesi khusus untuk mengatasi pengangguran yang ada di Indonesia. Berikut ini adalah saran-saran dari penyusun.

1. Bagi penjual *follower*, *likes*, dan *viewer*
 - a. Jika ingin menjadi penjual *follower*, *likes*, dan *viewer* pelajari lebih dahulu apakah mekanisme jual belinya telah memenuhi rukun dan syarat jual beli dalam islam atau belum, sehingga dapat mencegah hal-hal yang dapat merugikan pembeli dan warga instagram.
 - b. Dalam melakukan promosi sebaiknya bersikap jujur, menjelaskan dengan detail barang yang dijual serta menjelaskan kelebihan dan kekurangan barang, serta penjual menyediakan hak pilih (khiyar)/garansi kepada pembeli.
2. Bagi pembeli *follower*, *likes*, dan *viewer* / bagi pengguna instagram
 - a. Jika ingin populer di media sosial instagram, ingin menaikkan *personal branding*, promosi, dan menginginkan banyak *follower*, *likes* dan *viewer*, maka sebaiknya menggunakan cara manual yaitu membuat suatu kreatifitas tertentu yang mampu menarik perhatian para pengguna media sosial instagram, baik itu membuat tulisan yang menarik dan inspiratif, foto unik, atau bahkan membuat *feeds* instagram sekreatif mungkin, sehingga orang yang mem-*follow* adalah *real follower* yang tertarik dengan sesuatu hal yang kalian lakukan. Jadi seseorang itu banyak *follower*, *likes* maupun *viewer*-nya memang karena disukai banyak orang bukan karena membeli ataupun memanipulasinya.
 - b. Bersosialmedialah yang baik dan benar yang dapat membawa dampak positif bagi para warga instagram. Manfaatkanlah media

sosial tersebut sebagai ajang belajar, berdakwah, bersosialisasi serta menggali potensi diri dan hal-hal lain yang bersifat positif baik bagi diri sendiri, orang lain, agama, maupun negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Zuhaili, Wahbah, *Al-Fiqh Al-Islami wa Adillatuh*, juz IV.
- Al-Zuhaili, Wahbah. 2011. *Fiqh Islam Wa Adillatuhu jilid V*, terjemahan: Abdul Hayyie al-Kattani. Jakarta: Gema Insani.
- Amir, Dja'far. 1991. *Ilmu fiqh*. Solo: Ramadhani.
- Amirullah, dan Abidin, Zainal. 2006. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : Balai Pustaka.
- Anjaskara, Dian Innes, Skripsi “ *Pengaruh Sikap pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Melalui Instagram*,” Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2016.
- Arikunto, Suharsini. 1991. *Prosedur Penelitian suatu pendekatan Praktik*, Jakarta: Rincka Cipta.
- Ash-Shawi, Shalah dan al-Muslih, Abdullah. 2008. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*, terjemahan Abu Umar Basyir. Jakarta: Darul Haq.
- Dahlan, Abdul Azis (ed). *Ensiklopedi Hukum Islam*,. Cet. 1. Jakarta : Ichtiar van Hoeve. 1996.
- Dawwabah, Asraf Muhammad, 2008. *Meneladani Keunggulan Bisnis Rasulullah*. Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2011. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Di akses dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Instagram> , pada tanggal 7 Mei 2017.
- Diakses dari https://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_sosial , pada tanggal 7 Mei 2017.
- Diakses dari revo.id/kepow/kepow-jasa-penambah-followers-instagram pada tanggal 5 Desember 2017.

- Djamil, Fathurrahman. *Hukum Ekonomi Syariah*, Jakarta: Sinar grafika, 2013.
- Echols, John M. dan Shadily, Hassan. *Kamus Inggris Indonesia* , Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ghazaly, Abdul Rahman. 2015. *Fiqh Muamalat*. Bogor: Kencana.
- Haroen, Nasrun. 2007. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.
- Hasan, M Ali. 2003. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Irawan, August. 2017. *101 Amazing Sales Ideas*, Yogyakarta: Quadrant.
- Ja'far, H. A. Khumaidi. 2015. *Hukum Perdata Islam di Indonesia*. Bandar Lampung: Pusat Penelitian dan Penerbitan IAIN Raden Intan Lampung.
- Kalbuadi, Putra. 2015. “*Jual beli online dengan menggunakan sistem dropshipping menurut sudut pandang akad jual beli Islam*”. Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah.
- Kartono, Kartini. 1996. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, Cetakan Ketujuh, Bandung : Mandar Maju.
- Mardani. 2002. *Fiqh Ekonomi Syariah Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana.
- Muhammad bin Ismail Al-Amir Ash-Shan'ani. 2017. *Subulus Salam – Syarah Bulughul Maram (Jilid 3)*, terjemahan Ali Fauzan, Darwis, dkk. Jakarta: Darus Sunnah Pers.
- Muhammad Nashiruddin Al-Albani. 2005. *Ringkasan Sahih Muslim*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Mustofa, Imam. “*Transaksi Elektronik (E-commerce) dalam perspektif Fiqih*”, jurnal Hukum Islam, (Pekalongan: STAIN Pekalongan, Volume 10, No.2, Desember 2012).
- Mustofa, Imam. 2016. *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Jakarta : Rajawali Pers.
- Pratama, Ariestya Ayu, “*Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui Instagram*” (Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Airlangga, Surabaya).
- Sabiq, Sayyid. 1993. *Fikih Sunnah 12*, Bandung: Alma'arif.

Septia, Umi, Artikel Liputan 6 “Banyak Generasi Milenial Senang Beli Follower, Kenapa Ya?”, Jakarta: terbit pada tanggal 03 November 2017.

Sahrani, Sohari dan Abdullah, Ru’fah. 2002. *Fikih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Shidqiyyah, Septika, Artikel Brilio.net, “*Kalahkan Syahrini, Ayu Ting Ting Raih Penghargaan dari Instagram*” Brilio.net : diterbitkan pada tanggal 27 Juli 2017.

Subagyo, Joko. 2011. *Metode Penelitian Dalam Teori & Praktik* , Jakarta : Rineka Cipta.

Suhendi, Hendi. 2013. *Fiqh Muamalah* , Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

Syafe’i, Rachmat. 2001. *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pustaka Setia.

Syarifuddin, Amir. 2003. *Garis-garis Besar Fiqh*. Bogor: Kencana.

Tamimy, Muhamad Fadhol, *Sharing-mu Personal Branding-mu*, Jakarta: Visimedia, 2017.

PERSEMBAHAN

Skripsi sederhana ini dipersembahkan dan saya dedikasikan sebagai bentuk ungkapan rasa syukur, tanda cinta dan kasih sayang, serta hormat yang tak terhingga kepada:

1. Untuk Ayahanda Abdul Mukhid dan Ibunda Purwaningsih, atas segala jasa, pengorbanan, doa, motivasi, dukungan moril dan materiil serta curahan kasih sayang yang tak terhingga, sehingga dengan upayaku bisa membuat kalian bangga.
2. Untuk adikku Affan Alfiando, untuk kakek dan nenekku tersayang Ziyadah, Supadi, Muslih (Alm) dan Maftukhah (Alm) atas segala doa, kasih sayang, dukungan dan motivasi atas keberhasilanku.
3. Almamaterku tercinta Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Intan Lampung.

RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap Nur Anisa, dilahirkan pada tanggal 13 April 1996 di Bumi Nabung Utara kecamatan Bumi kabupaten Lampung Tengah. Putri pertama dari dua bersaudara. Adapun pendidikan yang telah dicapai adalah sebagai berikut.

1. Sekolah Dasar Negeri (SDN) 1 Bumi Nabung Utara pada tahun 2002 dan selesai pada tahun 2008.
2. Madrasah Tsanawiyah (MTs) 05 Ma'arif Bumi Nabung pada tahun 2008 dan selesai pada tahun 2011.
3. Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Metro Lampung Timur pada tahun 2011 dan selesai pada tahun 2014.
4. Melanjutkan pendidikan kejenjang pendidikan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, dan mengambil Program Studi Mu'amalah (Hukum Ekonomi Syariah) pada Fakultas Syariah.